





كرسي اليونسكو للإعلام المجتمعي

UNESCO Chair for Societal Media

تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية للشباب العربي

The impact of the use of social networking sites on the social and family values of Arab youth

إعـــداد

د. محمد بن عبد الوهاب الفقيه كافي   أ. حاتم علي حيدر الصالحي

كلية الإعلام جامعة صنعاء - اليمن

ضمن المطبوعات العلمية المحكمة للكرسي

للعام ٢٠١٦م

كرسي اليونسكو للإعلام المجتمعي

UNESCO Chair for Societal Media

تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية للشباب العربي

The impact of the use of social networking sites on the social and family values of Arab youth

إعداد

د. محمد بن عبد الوهاب الفقيه كافي

أ. حاتم علي حيدر الصالحي

كلية الإعلام جامعة صنعاء ـ اليمن

ضمن المطبوعات العلمية المحكّمة للكرسي للعام ٢٠١٦م

ⓒ **جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٤٣٧هـ**

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

الفقيه، محمد بن عبدالوهاب

تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية للشباب العربي/ محمد بن عبدالوهاب الفقيه

الرياض١٤٣٧هـ

.. ص ؛ .. سم

ردمك: ٩٧٨-٦٠٣-٥٠٥-٣٧٤-٧

١- مواقع التواصل الاجتماعي ٢- القيم الاجتماعية أ. العنوان

ديوي ٠٠٤،٦٧ ١٤٣٧/ ٤١٧٦

رقم الإيداع: ١٤٣٧/ ٤١٧٦

ردمك: ٩٧٨-٦٠٣-٥٠٥-٣٧٤-٧



تقديم

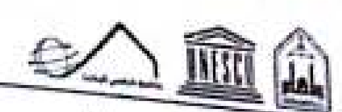
الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله وبعد.

ففي إطار اهتمام كرسي اليونسكو للإعلام المجتمعي بإعداد ونشر الدراسات العلمية الرصينة في مجال اهتمامه، لدعم وتوسيع المعرفة المتخصصة في فضاءات الإعلام المجتمعي التي باتت من أهم سمات وخصائص المرحلة الراهنة للمجتمع الإنساني، ومتغيرا مهما من متغيرات التأثير في كافة شؤون الحياة الثقافية والاجتماعية، يسر الكرسي أن يضع بين يدي القراء الكرام دراسة "**تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية للشباب العربي**" الذي أعدها بتكليف من الكرسي كل من سعادة الدكتور محمد عبد الوهاب الفقيه، و سعادة الأستاذ حاتم علي الصالحي.

إن كرسي اليونسكو للإعلام المجتمعي، وهو ينشر هذه الدراسة، يتطلع إلى أن تكون مادة علمية ثرية ومفيدة للقارئ، وأن تلبي الحاجات المعرفية التي ظهرت إبان دراسة الكرسي للاحتياجات التي يمكن أن تلبيها هذه الدراسة في فرع مهم من فروع الإعلام المجتمعي.

أستاذ الكرسي

د. عبد الله بن ناصر الحمود



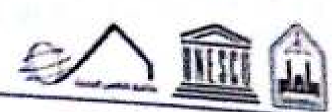
ملخص Abstract

هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي، و استكشاف تأثير استخدامهم لها على قيمهم الاجتماعية والأسرية، وتم تطبيق الدراسة على ٣٠٠ مفردة من الشباب في ثلاث دول عربية، هي (السعودية واليمن ومصر)، وتم الاعتماد على منهج المسح الميداني في إجراء الدراسة، فضلا عن اختيار عينة الدراسة بأسلوب العينة المتاحة، واعتمدت الدراسة على استبيان إلكتروني (Online Questionnaire) في جمع البيانات من المبحوثين بالاستعانة ببعض اعضاء هيئة التدريس والباحثين في الدول الثلاث، والنقاش عبر غرف الدردشة ومواقع التواصل الاجتماعي مع المبحوثين في تعبئة واستكمال بيانات الاستبيان باعتباره الأداة المناسبة لطبيعة موضوع الدراسة، وبعد تفريغ بيانات الاستبيان إلى برنامج المعالجة الإحصائية SPSS، تم تطبيق عددا من المعاملات الاحصائية التي تناسب طبيعة البيانات، وقد كشف التحليل عن النتائج الأتية:

ارتفاع معدل استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي إذ أن نصف عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل بواقع ٤ ساعات فأكثر يوميا، ويُعد الفيس بوك الموقع الاجتماعي الأكثر استخداما من قبل الشباب العربي، يليه موقع يوتيوب، ثم تويتر، وتفوقت دوافع الاستخدام النفعية على دوافع الاستخدام الطقوسية لدى الشباب، وفيما يتعلق بتأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية، كان التأثير الايجابي الأكبر لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الاتصال الثقافي، يليها قيم العلاقات الاجتماعية، ثم قيم التعاون والمشاركة الاجتماعية، ثم قيم تقدير الذات، فيما انخفض التأثير نسبيا على قيم التدين، إلى جانب ذلك كشفت النتائج عن وجود تأثير لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي



على العلاقات الأسرية، لكن العلاقة الارتباطية بمعدل الاستخدام أثبتت أنه كلما زاد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي زاد التفكك الأسري، وكشفت النتائج عن وجود علاقة بين بعض دوافع الاستخدام وجنسية المبحوثين، فضلا عن وجود فروق في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم التسامح والتدين لدى الشباب تعود لاختلاف جنسياتهم، ووجود فروق في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم (التعاون والمشاركة الاجتماعية، وتقدير الذات، والعلاقات الاجتماعية) لدى الشباب تعود لاختلاف مستوياتهم التعليمية، في المقابل لا توجد فروق في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية لدى الشباب تعود لاختلاف النوع.



The impact of the use of social networking sites on the social and family values of Arab youth

Dr.Mohammed Abdulwahab Al-Fakih
Associate Professor of Radio and TV. – Sana'a and Imam Mohammad Bin Saud University
Hatim Ali Hyder Al-Salhi
Lecturer of Public Relations and Advertising - Sana'a University

Abstract

The study aimed to investigate the motives of the use of Arab youth to social networking sites, and to identify the impact of use of the social networking sites on their social and family values. This study belongs to Descriptive studies. The survey methodology was used to achieve the goal of study. 300 young people in the three Arab countries (Saudi Arabia, Yemen and Egypt) were selected as the study sample by using the method of the available sample. Data was collected via online a questionnaire which covered the objectives of the study.

The study found several of results, including :

- Rise in average of using social networking sites by the respondents; where half of the sample of respondents were using networking sites by 4 hours or more a day
- The Facebook site came in first place in terms of the degree of the Arab youth use of social networking sites, then YouTube and Twitter.
- The Instrumental Motives of the use social networking sites came at a higher rate than the Ritualized Motives among Arab youth .
- the use of social networking sites a positive impact on the values of cultural communication, the values of social relations, and social cooperation and participation values, then the values of self-esteem while The least impact was on the values of religious .
- There was a relationship between some of the motives of use and the nationality of the respondents .





- There were differences in the impact of the use of social networking sites on the values (social cooperation and participation, self-esteem, and social relations) among Arab youth belonging to the difference in educational levels and There were differences in the impact of the use of social networking sites on the values (tolerance and religious) among Arab youth belonging to the difference in the nationality of the respondents. In contrast, there were no differences in the impact of the use of social networking sites on the social and family values among Arab youth belonging to the difference in gender.



مقدمة:

تعتبر الإنترنت وسيلة الاتصال الأبرز التي أحدثت تغييرا جوهريا في طريقة التفاعل والاتصال بين أطراف العملية الاتصالية، ففي العقود التي سبقت ظهور هذه الوسيلة ظل الأفراد مجرد مستقبلين للمحتوى وإن مارسوا جزءا من عملية السيطرة في الاختيار والتنقل بين المضامين والوسائل التي يرغبون بمتابعتها، لكن الوضع تغير مع ظهور الإنترنت وتطبيقاتها، حيث أنتقل الأفراد من مجرد مستقبلين للرسائل إلى مشاركين في صنع المحتوى، هذه الطبيعة التفاعلية والتي بلغت مراحلها المتقدمة مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي أتاحت للأفراد استخدام هذه الوسائل في صناعة المحتوى وتبادل الرسائل ومشاركة الصور ومقاطع الفيديو فضلا عن المراسلة "الدردشة" الفورية صوتا وكتابة، ما جعل هذه الوسائل تستقطب الملايين من الأفراد نحو استخدامها بل والإدمان عليها، فوفقا لتقرير شبكات التواصل الاجتماعي في العالم العربي بلغ عدد مستخدمي الفيس بوك في العالم العربي في منتصف العام ٢٠١٤، ما يزيد عن ٨١ مليون مستخدم، أي ما نسبته ٢١,٥% من عدد السكان، في المقابل بلغ عدد أعضاء موقع تويتر في نفس التاريخ ما يزيد عن خمسة ملايين ونصف مليون عضوا، منهم ٤٠% من المملكة العربية السعودية[١]، ووفقا لتقرير شركتي "بوز آند كومباني" و " جوجل "، والذي عُرض في ندوة في أبو ظبي في نهاية ٢٠١٢، فإن ٦١% من الشباب العربي يقضون أكثر من ساعتين يوميا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي[٢].

ونظرا لشعبية هذه الوسائل وتزايد عدد مستخدميها يوما تلو أخر، اتجهت أنظار الكثير من الباحثين نحو دراسة استخدام هذه الوسائل، وتحليل العلاقات والصداقات التي تنشأ بين الأفراد عبرها، والتعمق في رصد تأثيراتها الايجابية والسلبية على الفرد،



والأسرة، والمجتمع، حيث ثار الجدل بين الباحثين حول احتمالات أن تحل العلاقات الاجتماعية الإلكترونية الافتراضية محل العلاقات التقليدية في المستقبل، كما أكدت نتائج بعض الدراسات الحديثة أن العلاقات الاجتماعية الإلكترونية تمثل بديلا ملائما ومرضيا للتواصل الاجتماعي لدى الأفراد الذين يفتقرون للعلاقات الاجتماعية التقليدية في الواقع المعاش(٣)

مفهوم القيم:

القيم جزء لا يتجزأ من ثقافة أي مجتمع، فهي جوهر الثقافة كما أكد ذلك هوفستد Hofstede وزملاؤه عند دراستهم للاتصال بين الثقافات(٤)، وتعد القيم المثل العليا للأفراد والمجتمع، وتقوم بدور كبير في إدراك الأفراد للأمور من حولهم وتصورهم للعالم المحيط بهم، وإذا ما نظرنا لجوهر القيم سنجدها تتضمن عناصر الانتقاء والتفضيل مما يجعلها تختلف من مجتمع إلى أخر، بل تختلف عند الشخص الواحد تبعا لتنشئته ورغباته واحتياجاته، وتعمل القيم كموجه رئيسي في حياة الأفراد (٥).

وقد تناول بعض الباحثين القيم من خلال مؤشرات السلوك، على اعتبار أن القيم هي محددات لسلوك الفرد وأفعاله، حيث يرى موريس أن القيم هي " التوجه أو السلوك المفضل أو المرغوب من بين عدد من التوجهات المتاحة "، ويصنفها إلى ثلاث فئات: الأولى: القيم العاملة التي يمكن الكشف عنها من خلال السلوك التفضيلي، والثانية: القيم المتصورة وهي عبارة عن تصورات مثالية لما يجب أن يكون، وعلى ضوئها يتم الحكم على السلوك أو الفعل، والثالثة: القيم الموضوعية وهذه الفئة أهملها الباحثون ولم يضعوا لها تعريفاً محدداً (٦)

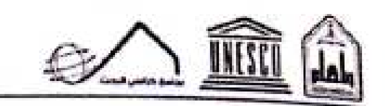
وتنفذ هيئة مسح القيم العالمي ومركزها استوكهولم بالسويد وبإشراف رونالد انغلهارت Ronald Inglehart مسح القيم العالمي، ومن خلال عدة مسوح أجرتها





الهيئة عبر الثقافات الوطنية المتعددة صنفت القيم إلى قسمين: القسم الأول: **القيم التقليدية مقابل القيم العلمانية المتحضرة** وهذه القيم يعكسها الانتقال من الجنوب إلى الشمال، والصراع بين المجتمعات التي ترى الدين مهما والأخرى التي لا تهتم بالدين، وتؤكد القيم التقليدية على روابط الأسرة، وتحترم السلطة والقيم العائلية، وترفض القتل والطلاق والاجهاض ولهذه المجتمعات مستويات عالية من الفخر الوطني والنظرة القومية، وتتصف المجتمعات الصناعية بالقيم العلمانية التي تأتي عكس القيم التقليدية، **والقسم الثاني: قيم البقاء مقابل قيم التعبير عن الذات والديمقراطية**، ويعكسها الانتقال من الغرب إلى الشرق، حيث أنه مع ظهور مجتمع المعرفة انتقلت المجتمعات الغربية من قيم البقاء إلى قيم التعبير عن الذات وهذه القيم تعطي أولوية لحماية البيئة والتسامح مع الأخرين، والمساواة بين الجنسين، وارتفاع المطالبة بالمشاركة في صنع القرار الاقتصادي والسياسي(٧)

وفي العالم العربي يُعد الدين الإسلامي مصدرا رئيسا للعديد من القيم التي تستند إلى تعاليم القرآن الكريم، وتنتشر هذه القيم في الأسرة، والمجتمع، وأماكن العمل، ويؤثر الالتزام بها على العديد من السياسات والثقافات التنظيمية، إلى جانب ذلك تميل الثقافة العربية إلى التوجه بالعمل الجماعي "التعاون والمشاركة الاجتماعية " أكثر من العمل الفردي الذي يسود في قيم الثقافات الغربية (٨)، كما تتجه الثقافة العربية نحو الاهتمام بالأسرة والإرتقاء بمكانتها لدى الفرد، والحفاظ على العلاقات مع كل فرد من أفرادها، فضلا عن مراعاة الفرد للعادات والتقاليد والأعراف المجتمعية ومحاولة مسايرتها، حتى لا يجد نفسه معزولا اجتماعيا، لكن مع تطور وسائل الاتصال وتقنيات الويب، التي سمحت للأفراد بالاطلاع على ثقافات الآخرين بما تحمله من قيم قد تتماشى وقد تتعارض مع قيمه الاجتماعية والثقافية، يأتي التساؤل الذي



يفرض نفسه: هل أثرت هذه الوسائل على أنساق القيم الشائعة في المجتمعات، من خلال تفاعل الأفراد مع الوسيلة ذاتها التي يقضي ساعات طويلة في استخدامها على حساب الوقت الذي يقضيه مع أفراد أسرته وأصدقائه، ومن خلال تفاعله مع المضامين الوافدة عبر هذه الوسائل بما تحمله من قيم قد تكون مغايرة لقيم المستخدم، ومن خلال تفاعل الأفراد مع بعضهم البعض عبر هذه الوسائل التي تمثل حلقة وصل وساحة نقاش لتجمع انساني من ثقافات مختلفة ؟ من هذا المنطلق تأتي هذه الدراسة التي يحاول الباحثان من خلالها الإجابة على بعض التساؤلات في الحدود التي تسمح بها إمكانيات الدراسة.

وتُعرف القيم الاجتماعية بأنها: القيم التي ترتبط بمعايير علاقة الفرد مع الآخرين في مجتمع معين، مثل: التعاون، والمساعدة، والاحترام، والاستماع، وتحمل المسؤولية، واحترام الكبير، والعطف على الصغير(٩). ويقصد الباحثان بالقيم الاجتماعية في هذه الدراسة: هي المعايير والمثل والمعتقدات الاجتماعية المرتبطة بعلاقة الفرد بالأخرين في المجتمع، ومنها (التعاون، والتسامح، والتواصل، والعلاقات، وتقدير الذات في المجتمع "المكانة الاجتماعية"، والاتصال الثقافي، والتدين). كما يقصد الباحثان بالقيم الأسرية في هذه الدراسة: هي القيم المرتبطة بعلاقة الفرد بأسرته، وتحديدا توافر التواصل والعلاقات الأسرية من عدمها (الترابط الأسري "علاقات أسرية قوية "– أو التفكك الأسري "علاقات أسرية ضعيفة")

مشكلة الدراسة:

كلما ظهرت وسيلة اتصالية جديدة اتجهت انظار الباحثين نحو دراستها، واستكشاف دوافع استخدامها و مناقشة ايجابياتها وسلبياتها على الفرد والمجتمع، ومع شيوع شعبية وسائل الاعلام الجديدة وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي، وتزايد عدد



مستخدميها يوما تلو أخر اتجهت انظار الباحثين نحو معرفة أنماط ودوافع استخدام هذه الوسائل من قبل المستخدمين، واستكشاف أثارها الايجابية والسلبية على قيم الفرد والمجتمع، ولأن الشباب العربي جزء لا يتجزأ من التجمع الانساني المتواجد على هذا المواقع، والمستمر في النمو وفقا للتقارير الاحصائية والأبحاث العلمية، ومن هذا **المنطلق تأتي هذه الدراسة في محاولة لاستكشاف ورصد وتوصيف استخدامات الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثير ذلك على القيم الأسرية والاجتماعية لديهم.**

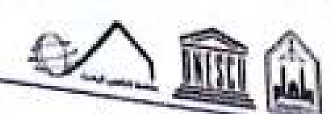
أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من الآتي:

- **أهمية الوسيلة: تكمن أهمية الدراسة في كونها تتناول دراسة وسائل إعلامية** جديدة انتشرت شعبيتها بوتيرة متسارعة في مختلف المجتمعات، وبخاصة في المجتمع العربي، وأصبحت تمثل جزء من نمط الحياة، هذا النمط لا يمكن الاستغناء عنه بسهولة.
- **أهمية المجتمع:** تركز الدراسة على شريحة هامة في المجتمع، وهي شريحة الشباب بما تتسم به هذه الشريحة من حيوية ونشاط، وحب استطلاع، وتبني للتكنولوجيا والمبتكرات الجديدة بشكل أعلى من الفئات المتقدمة بالسن، فضلا عن المقارنة بين علاقة الشباب في ثلاث دول عربية بمواقع التواصل الاجتماعي
- **أهمية الموضوع وأسلوب تناوله:** الرصد الموضوعي المنظم والمنهجي لاستخدامات الشباب العربي لوسائل الاعلام الجديد وتحديدا مواقع التواصل



الاجتماعي، والقياس العلمي لتأثيراتها على بنية القيم الأسرية والاجتماعية التي تتميز بها المجتمعات العربية.



أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

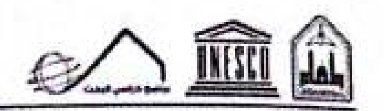
- معرفة معدل استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي.
- معرفة أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الشباب العربي على استخدامها.
- التعرف على دوافع استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي.
- معرفة تأثير استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمهم الاجتماعية
- معرفة تأثير استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمهم وترابطهم داخل الأسرة.

الدراسات السابقة:

تم تقسيم عرض الدراسات السابقة إلى محورين:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي.

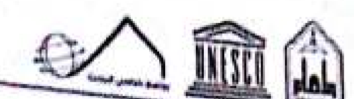
المحور الثاني: الدراسات التي تناولت تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم والعلاقات والتفاعل الاجتماعي.



المحور الأول
الدراسات التي تناولت استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي

أجرى (رضا عبدالواجد، ٢٠٠٩) دراسة عن استخدامات الشباب الجامعي البحريني لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت، وقد هدفت للتعرف على دوافع استخدامات الشباب لموقع يوتيوب والاشباعات المتحققة منها، ودرجة ثقة الشباب في هذا النوع من الإعلام الجديد، وأُجريت الدراسة على ١٢٢ طالبا عن طريق ارسال استقصاء إليهم بالبريد الإلكتروني، وتوصلت الدراسة إلى تفوق الدوافع النفعية على دوافع الترفيه حيث جاء دافع معرفة الأخبار واللقطات الإخبارية المهمة في المرتبة الأولى ضمن دوافع الشباب لمتابعة اليوتيوب، يليه دافع التسلية والترفيه، وجاءت زيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات العالمية في مقدمة الاشباعات التي يحققها المبحوثون من استخدامهم لموقع يوتيوب (١٠).

وأجرى(Lineberry, 2012) دراسة حول استخدامات وإشباعات مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات في الولايات المتحدة الأميركية وعلاقتها برأس المال الاجتماعي، وتناولت الدراسة رؤية الطلاب لرأس المال الاجتماعي (العلاقات عبر مواقع التواصل) وعلاقتها بالمحتوى الذي ينشره المستخدمون عبر هذه الوسائل، واستخدمت الدراسة مدخل الاستخدامات والاشباعات و نظرية رأس المال الاجتماعي كإطار نظري، والاستبيان الإلكتروني كوسيلة لجمع البيانات من المبحوثين، وتوصلت الدراسة إلى وجود أنواع معينة من العلاقات تؤثر على استخدام الطلاب لمواقع التواصل، منها العلاقات العابرة مع الأصدقاء، كما كشفت الدراسة عن أن العلاقات التي يتم إنشائها عبر مواقع التواصل الاجتماعي لا يمكن أن تحل محل العلاقات الشخصية (وجها لوجه)، لكن هذه المواقع تساعد الطلاب على بناء



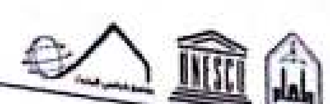
علاقات واسعة ومختلفة، وأهم نتيجة توصلت اليها الدراسة وفقا لرؤية الباحث هي أن دوافع المستخدمين للحصول وإشباع علاقاتهم بالأسرة والأصدقاء المقربين والبعيدين أثرت على نشاط المستخدمين ونوعية المحتوى الذي ينشرونه (١١).

وتناولت دراسة (محمود السماسيري، ٢٠١١) استخدامات الشباب الجامعي الأردني للمواقع الاجتماعية على الإنترنت بالتطبيق على موقع الفيس بوك، والتعرف على التأثيرات التي تخلفها على السلوك الايجابي والسلبي، وأُجريت على ٢٠٠ مفردة من جامعتي اليرموك والعلوم والتكنولوجيا، وكشفت نتائج الدراسة عن تصدر دوافع التسلية والترفيه قائمة دوافع استخدام الشباب لموقع الفيس بوك، يليه دافع قضاء وقت الفراغ، وجاءت سهولة التواصل مع الأصدقاء، والتواصل مع الأصدقاء القدامى، وخلق صداقات جديدة كأهم أبرز ايجابيات الفيس بوك من وجهة نظر الشباب، فيما جاءت أبرز السلبيات لاستخدام الفيس بوك من وجهة نظر الشباب: إهدار الوقت، و وجود معلومات وهمية عن الآخرين، والتعرض لمحتوى غير مرغوب(١٢).

وهدفت دراسة (فاتن المنتشري، ٢٠١٢) إلى الكشف عن استخدامات الشباب السعودي لموقع اليوتيوب YouTube والعوامل المؤثرة على استخدامهم لها، ودوافع الاستخدام والإشباعات المتحققة لهم من استخدامها، وأُجريت الدراسة على عينة عشوائية من ثلاث جامعات هي: جامعة الملك سعود، وجامعة الملك عبدالعزيز، وجامعة الملك فيصل، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع معدل استخدام الشباب لموقع يوتيوب حيث أن ٧٩,٢٥% يستخدمونه دائما وغالبا، وأحتل اليوتيوب المرتبة الأولى بين مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما من قبل الشباب السعودي يليه البريد الإلكتروني، ثم الفيس بوك وتويتر، وتصدر دافع قضاء وقت الفراغ المرتبة الأولى في دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل، يليه دافع معرفة ما يدور في العالم(١٣).

وسعت دراسة (عبدالكريم باحاج، ٢٠١٣) إلى رصد طبيعة استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي، ومعرفة دوافع استخدامهم لها، والاشباعات المتحققة للشباب نتيجة استخدامهم لها، وطُبقت الدراسة على عينة متاحة من الشباب العربي قوامها ٢٣٠ مفردة من عشر دول، وتوصلت إلى أن ما يقارب نصف العينة من الشباب العربي يستخدمون مواقع التواصل منذ أكثر من ثلاثة أعوام، وجاء الاستخدام في المنزل في المرتبة الأولى بين الأماكن التي يستخدم الشباب فيها مواقع التواصل، فيما جاءت أماكن العمل ومقاهي الإنترنت في المراتب الأخيرة، وتصدر الفيس بوك قائمة مواقع التواصل الأكثر استخداما من قبل الشباب، يليه اليوتيوب ثم تويتر، كما ورد دافع معرفة الأخبار والقضايا العامة في المرتبة الأولى بين دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل، يليه دافع التسلية والترفيه، ثم دافع الحصول على معلومات متخصصة، ثم تكوين صداقات جديدة، وكشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية طردية بين كثافة استخدام مواقع التواصل والدوافع النفعية، فيما لم تثبت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين كثافة استخدام مواقع التواصل والدوافع الطقوسية (١٤).

واستهدفت دراسة (Karimi, et al , 2014) التعرف على استخدامات طلاب التعليم العالي في إيران وماليزيا وبريطانيا وجنوب أفريقيا لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المتوقعة والمتحققة من هذه الاستخدامات، من أجل المقارنة بين الثقافات المختلفة في استخدام هذه المواقع، وطبقت الدراسة على ٣٢٠ مفردة من البلدان الأربعة عن طريق استمارة استقصاء إلكترونية، وقد أظهرت نتائج الدراسة وجود اختلافات في دوافع الطلاب لاستخدام مواقع التواصل في كل بلد، كما كشفت الدراسة عن أن لاختلافات الثقافية تؤدي دورا كمحدد من محددات استخدامات وإشباعات مواقع التواصل الاجتماعي (١٥).



وهـدفت دراسـة (علـي نجـادات، ٢٠١٤) إلى التعـرف علـى مـدى استخدام المتزوجات العاملات في الأردن لموقع الفيس بوك والاشباعات التي تتحقق لهن من هذا الاستخدام، والدوافع من وراء هذا الاستخدام، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي (Social Survey)، واشتملت عينة الدراسة على ٢٠٠ من النساء العاملات في جامعة اليرموك، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم الدوافع التي دفعت بالمبحوثات إلى استخدام الفيس بوك، هي البقاء على اتصال مع الاصدقاء القدامى والجدد، والاستمتاع والتسلية، وشغل أوقات الفراغ، وزيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية [١٦].

فيما تناولت دراسة (محمد الصائغ، ٢٠١٥) استخدامات الشباب المصري لموقع اليوتيوب YouTube والاشباعات المتحققة منها، وقد سعت الدراسة إلى رصد وتحليل استخدامات الشباب المصري لموقع اليوتيوب ومقارنتها مع استخداماتهم للتلفزيون ومدى إشباع هذه المواقع لحاجاتهم، وأُجريت الدراسة على عينة عمدية من الشباب ما بين سن (١٨-٣٤) ممن يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي من خلال إستمارة إستقصاء إلكترونية، واستخدمت الدراسة نظرية الاستخدامات والإشباعات كإطار فكري للدراسة، وتوصلت إلى أن الشباب المصري يتعرض لموقع اليوتيوب أكثر من تعرضه للتلفزيون، وجاء الفيس بوك في المرتبة الأولى بين مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما من قبل الشباب، ويفضل الشباب استخدام اليوتيوب في المنزل وفي فترة الليل، وتفوقت الدوافع الطقوسية على الدوافع النفعية في الاستخدامات، وجاء إشباع حاجة التقليل من الشعور بالوحدة والعزلة الاجتماعية في المرتبة الأولى ضمن إشباعات الحاجات الاجتماعية لاستخدامات الشباب لموق يوتيوب، يليه حاجة المداومة على الاتصال مع الأصدقاء، ثم المداومة على الاتصال مع الأسرة والأقارب، وأخيرا التعرف على أشخاص جدد [١٧].



المحور الثاني

الدراسات التي تناولت تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم والعلاقات والتفاعل الاجتماعي.

هدفت دراسة (Sheedy , 2011) إلى دراسة حالة ظهور وسائل التواصل الاجتماعي والتي ترى أنها قد غيرت طريقة الناس في التواصل من أجل التغيير الاجتماعي، وتوصلت إلى أنه يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي زيادة الوعي العالمي بالقضايا، وأنها تتيح للناس مساعدة بعضهم بعضا، بغض النظر عن الموقع الجغرافي لأماكن تواجدهم، وأن استخدامها يمكن أن يكون خطرًا (١٨).

وسعت دراسة (عمرو أسعد، ٢٠١١) إلى إختبار العلاقة بين معدل ودوافع استخدام الشباب المصري لموقعي يوتيوب وفيس بوك وقيمهم المجتمعية، وأجريت الدراسة على ٤٠٠ طالب من طلاب الجامعات المختلفة في مصر، وتوصلت الدراسة إلى أن الطلاب يستخدمون الشبكات الاجتماعية من أجل الحفاظ على علاقاتهم الاجتماعية أكثر من البحث عن صداقات جديدة، كما كشفت النتائج عن عدم وجود علاقة دالة إحصائيا بين كثافة استخدام اليوتيوب والقيم المجتمعية باستثناء قيم الانفتاح الثقافي، كما وُجدت علاقة ارتباطية عكسية بين كثافة استخدام الفيس بوك وقيم الانتماء للوطن، والتدين، والفردية، وعلاقة ارتباطية طردية بين كثافة استخدام الفيس بوك وقيم الانفتاح الثقافي(١٩).

فيما هدفت دراسة (مريم نومار، ٢٠١٢) إلى الكشف عن أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية في المجتمع الجزائري، وأجريت الدراسة على ٢٦٥ مفردة من الجمهور العام، وتوصلت إلى أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الفيس بوك بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب التثقيف، كما



كشفت الدراسة عن وجود فروق دالة إحصائيا بين الذكور والإناث في استخدام الفيس بوك، وأن استخدام المبحوثين لموقع الفيس بوك أثر على تفاعلهم مع أسرهم وأقاربهم وأصدقائهم، وأدى إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل الاجتماعي(٢٠).

وتناولت دراسة (Alsharkh , 2012) تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب السعودي وقيمهم وتقاليديهم الأسرية، وأجريت الدراسة على ٦١٧ طالبا من جامعة الدمام، باستخدام منهج المسح، وأظهرت النتائج أنه على الرغم من وجود تأثيرات لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب وقيمهم وعلاقاتهم بالأسرة حيث وافق أكثر من ربع العينة على تأثير استخدام المواقع على تفاعلهم مع الأسرة، وعلى خلق فجوة بينهم وبين عادات وتقاليد المجتمع، إلا أن هناك بعض الجوانب الايجابية مثل اكتساب القدرة على صنع القرار الذاتي، والقدرة على تقبل الرأي والرأي الأخر، كما كشفت الدراسة عن أن النساء أكثر نشاطا على مواقع التواصل الاجتماعي، وارتفعت معرفتهن بالحقوق وحرية التعبير أكثر نتيجة استخدامهن لهذه المواقع (٢١).

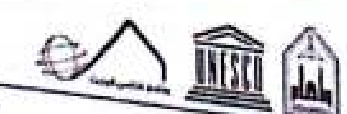
وفي السياق ذاته هدفت دراسة (حنان الشهري، ٢٠١٣) إلى الكشف عن الأثار الايجابية والسلبية الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على طبيعة العلاقات الاجتماعية، وأُجريت الدراسة على ١٥٠ طالبة في جامعة الملك عبدالعزيز، وكشفت نتائج الدراسة عن أن سهولة التعبير عن الرأي والاتجاه الفكري يُعد أهم دافع لاستخدام مواقع التواصل لدى الطالبات، كما توصلت الدراسة إلى وجود أثار ايجابية لمواقع التواصل من وجهة نظر الطالبات أهمها الانفتاح الفكري

والتبادل الثقافي، ووُجدت بعض الأثار السلبية وجاء أثر قلة التفاعل الأسري في مقدمة تلك الأثار (٢٢).

وأهتم الباحثان (Nyland & Near ,2007) بدراسة استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وتأثير الفروق الفردية والتدين على هذه الاستخدامات، وأجريت الدراسة على ١٨٤ مستخدماً، وتم جمع البيانات باستخدام مسح إلكتروني عبر لوحات الرسائل، وغرف المراسلة في مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة الى خمسة استخدامات اساسية لمواقع التواصل الاجتماعي: هي مقابلة أشخاص جدد، والترفيه والتسلية، والحفاظ على العلاقات، لمعرفة الأحداث الاجتماعية المحيطة بنا، والنشر والإعلام للشخص المستخدم. وتوصلت الدراسة إلى أن الاشخاص الأكثر تدينا هم أكثر استخداما لمواقع التواصل في الحفاظ على العلاقات الحالية ومعرفة الأحداث الاجتماعية أكثر من اهتمامهم بالتعرف على أشخاص جدد، وتميل النساء الى استخدام مواقع التواصل في معرفة الاحداث الاجتماعية، والنشر والإعلام، فيما الشباب أكثر ثقة باستخدام التقنيات الحديثة (٢٣).

فيما هدفت دراسة (Kalpidou et.al, 2011) الى معرفة أثر استخدام الفيس بوك على تقدير الذات لدى الطلاب الجامعيين، وطُبقت الدراسة على عينة قوامها ٧٠ طالبا في الولايات المتحدة الأميركية، وتوصلت الدراسة الى أن طلاب المراحل الجامعية الأولى يقضون وقتا على الفيس بوك أكثر من طلاب المراحل المتقدمة، ووجدت الدراسة علاقة سلبية بين استخدام الفيس بوك لفترات طويلة وبين التكيف النفسي والأكاديمي (٢٤).

وأجرى (سامي شناوي ومحمد عباس،٢٠١٤) دراسة حول استخدام شبكة التواصل الاجتماعي(الفيس بوك)وعلاقته بالتوافق النفسي لدى المراهقين، حيث



هدفت الدراسة إلى التعرف على مستويات استخدام شبكة التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) وعلاقتها مع التوافق النفسي لدى الطلبة المراهقين، وقد تم استخدام المنهج الوصفي الارتباطي وتم تطوير مقياس مكون من36 فقرة موزعا على أربعة مجالات، هي: التوافق الشخصي، والتوافق الاجتماعي، والتوافق الأسري، والتوافق الأكاديمي، وتوصلت الدراسة الى أن مستوى التوافق النفسي والاجتماعي والأسري والأكاديمي مرتفع لدى المراهقين، كما كشف الدراسة عن وجود فروق دالة احصائية في تأثير استخدام الفيس بوك على مستوى التوافق الاجتماعي والأسري والأكاديمي وجاءت الفروق لصالح الإناث، وفي مستوى التوافق الشخصي جاءت الفروق لصالح الذكور[٢٥].

أما دراسة (Rambe , 2011) فقد سعت للتعرف على تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على علاقات الأساتذة الجامعيين بطلاب السنوات الأولى في أقسام أنظمة المعلومات التي تتطلب من الطلاب استخدام الفيس بوك في التواصل مع الأكاديميين والزملاء، في إحدى جامعات جنوب أفريقيا، واعتمدت الدراسة على منهج الأثنوجرافي النقدي، وقد أظهرت الدراسة أن الطلاب وظفوا لغة مناسبة ساعدتهم في التفاعل مع الأكاديميين والزملاء عبر هذه المواقع، في المقابل وظف الأكاديميون لغة جيدة للتواصل مع الطلاب وبشكل ساعدهم في معرفة احتياجات الطلاب التعليمية وعزز عملية التبادل والتفاهم، وخلق بيئة تعليمية ثرية بالمعرفة [٢٦]

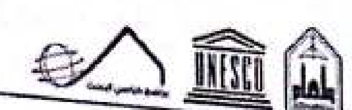
وهدفت دراسة (Neelamalar & Chitra , 2009) إلى تقييم استخدامات الشباب الهندي لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على تفاعلهم وسلوكهم الاجتماعي، وتم توظيف منهج المسح وباستخدام أداة استبيان لجمع المعلومات من عينة قوامها ١٠٠ مفردة من الشباب "كثيفي الاستخدام " لمواقع التواصل وأرسلت



الاستبانة بواسطة البريد الإلكتروني، إلى جانب استخدام التلفون والمقابلات الشخصية وجها لوجه والنقاش عبر غرف الدردشة ومواقع التواصل في تعبئة الاستبيان والاستفادة من الملاحظة كأداة إضافية لجمع معلومات حول الاستخدامات والتأثيرات، وأظهرت الدراسة تصدر دافع "الحاجة إلى البقاء على اتصال مع الأصدقاء" مقدمة دوافع الاستخدام يليه دافع "مقابلة أشخاص جدد"، وكشفت الدراسة عن وجود ١٠% من أفراد العينة شاركوا أصدقائهم الغرباء عبر الإنترنت مشاكلهم الشخصية، فيما أكثر من نصف العينة يمتلكون شبكة علاقات وتواصل مع أصدقاء من خلفيات ثقافية مختلفة، وأشار معظم أفراد العينة إلى أن مواقع التواصل لعبت دورا بارزا في التواصل مع الأصدقاء القدامى، والحفاظ على العلاقات مع الأصدقاء الحاليين، ومشاركة المعرفة والآراء والأفكار(٢٧).

أما دراسة (Cotton, et.al ,2013) فقد تناولت في دراستها تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وبخاصة الإنترنت على العزلة الاجتماعية والشعور بالوحدة والتواصل بين كبار السن، في ولاية ألاباما في الولايات المتحدة الأميركية، وأجريت الدراسة على ٢٠٥ مفردة، واستخدمت الاختبار الاحصائي "تحليل الإنحدار" لدراسة تأثير استخدام الإنترنت كمتغير مستقل على العزلة الاجتماعية والشعور بالوحدة كمتغيرات تابعة، وتوصلت الدراسة إلى أن زيادة استخدام الإنترنت يؤدي إلى انخفاض الشعور بالوحدة والعزلة الاجتماعية، في المقابل أدى ارتفاع استخدام الإنترنت إلى زيادة وسهولة التواصل بالأخرين، واستنتجت الدراسة أن استخدام الإنترنت مفيد في خفض مستويات الشعور بالوحدة والعزلة الاجتماعية لدى كبار السن(٢٨).

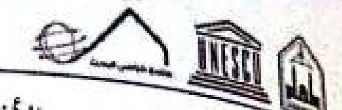
وهدفت دراسة (Sponcil & Gitimu , 2013) إلى دراسة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الطلاب وتأثيرها على تواصلهم بالأخرين ومفهوم الذات،



وأجريت الدراسة على ٩٦ طالبا في جامعة A mid western في الولايات المتحدة الأميركية، وكشفت النتائج عن تصدر الفيس بوك قائمة مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما من قبل الطلاب يليها تويتر، وجاء دافع التواصل مع الأسرة والأصدقاء في المرتبة الأولى بين دوافع الطلاب لاستخدام مواقع التواصل يليه دافع التسلية والترفيه، ثم دافع الهروب من الملل، كما وجدت الدراسة وجود ارتباط خطي ايجابي بين استخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي، والتواصل مع العائلة والأصدقاء، ايضا كشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ارتباط ايجابي بين استخدام الطلاب لمواقع التواصل وتقدير الذات (٢٩).

التعليق على الدراسات السابقة:

- أكدت بعض الدراسات أن الشباب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدوافع نفعية، فيما وجدت دراسات أخرى أن الشباب يستخدمونها في الدرجة الأولى بدوافع طقوسية.
- تنوعت النظريات التي استخدمتها الدراسات السابقة، لكن معظمها استخدم مدخل الاستخدامات والإشباعات، فيما استخدمت دراسات نظريات أخرى، منها على سبيل المثال: نظرية رأس المال الاجتماعي، ونظرية الاتصال الثقافي، ونظرية التفاعلية الرمزية، ونظرية انتشار المستحدثات، وتنطلق الدراسة الحالية في إطارها النظري من مدخل تكاملي يعتمد على أكثر من نظرية علمية لدراسة الظاهرة من جوانب متعددة وبما يساعد على تحقيق أهداف الدراسة.
- أثبتت نتائج بعض الدراسات وجود تأثيرات سلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، منها التأثير على علاقة الفرد بأسرته، وكذا علاقاته بالمجتمع وعاداته وتقاليده، وفي المقابل كشفت الدراسات عن وجود تأثيرات ايجابية



تمثلت في اكساب الأفراد معارف جديدة، والانفتاح على الثقافات المختلفة، والحفاظ على العلاقات، والبقاء على تواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء، ومن هذا المنطلق تسعى الدراسة الحالية إلى معرفة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية للشباب في سياقات مجتمعية مختلفة (السعودية ومصر واليمن) والمقارنة بينها.

- ركزت معظم الدراسات العربية على دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية، في المقابل هناك ندرة في الدراسات العربية التي تربط بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و القيم الاجتماعية والأسرية، ما يعطي هذه الدراسة أهمية في تناول هذه الجزئية.

تساؤلات الدراسة:

١- ما معدل استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي؟

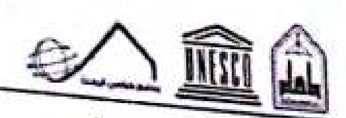
٢- ما الأماكن التي يفضل الشباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيها؟

٣- ما أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الشباب العربي على استخدامها؟

٤- ما دوافع استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي؟

٥- ما تأثير استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمهم الاجتماعية؟

٦- ما تأثير استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمهم وترابطهم داخل الأسرة ؟



فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وبين جنسياتهم

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيا بين كثافة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وبين تأثير استخدامها على القيم الاجتماعية والعلاقات الأسرية:

الفرض الثالث: توجد فروق دالة إحصائيا في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية للشباب العربي تبعا لمتغير النوع .

الفرض الرابع: توجد فروق دالة إحصائيا في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية للشباب العربي تعود لاختلاف متغير الجنسية.

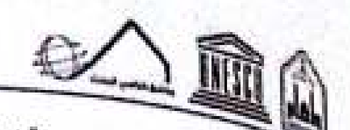
الفرض الخامس: توجد فروق دالة إحصائيا في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية للشباب العربي تعود لاختلاف متغير المستوى التعليمي.

النظريات المفسرة للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على مدخل تكاملي يربط ويجمع بين ثلاث أطر نظرية مواتية لموضوع الدراسة، تتمثل في مدخل الاستخدامات والاشباعات، ونظرية رأس المال الاجتماعي، ونظرية الاتصال الثقافي.

مدخل الاستخدامات والاشباعات Uses and Gratifications

يعد مدخل الاستخدامات والإشباعات من المداخل الملائمة في الدراسات الإعلامية، حيث حظي هذا المدخل بالاهتمام من قبل باحثي الاتصال الجماهيري في



اربعينيات القرن الماضي، وقد ركزت بحوث الاتصال أنذاك على دراسة تأثير مضمون وسائل الاتصال وسلوكيات الجمهور في التعامل مع هذه المضامين[٣٠]، ويفترض المدخل أن الجمهور ليس مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال وإنما يختار أفراد الجمهور بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة [٣١].

وصنف كاتز وزملاؤه خمسة احتياجات يسعى الأفراد لإشباعها من خلال استخدامه لوسائل الإعلام، هذه الاحتياجات هي:

- **الاحتياجات المعرفية:** وتتعلق بالبحث عن المعلومات والمعرفة
- **احتياجات عاطفية:** وتتعلق بإشباع حاجات وجدانية وشعورية وعاطفية لدى الافراد
- **احتياجات تكاملية:** وترتبط بتعزيز المصداقية والثقة والاستقرار لدى الأفراد، وتجمع بين الاحتياجات المعرفية والوجدانية.
- **احتياجات التواصل:** وترتبط بإشباع الحاجة للتواصل مع الأهل والأصدقاء والعالم من حولنا.
- **احتياجات تتعلق بالهروب والتوتر:** وتنشأ عن ضعف الاتصال بالذات والمجتمع[٣٢].

وتقسم معظم دراسات الاتصال دوافع التعرض لوسائل الاتصال إلى فئتين هما:

- **دوافع نفعية:** وتستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات، ومراقبة البيئة، والحصول على النصيحة أو الرأي في مختلف الموضوعات، والتعلم الذاتي.



- **دوافع طقوسية:** وتشبع رغبات الفرد في تمضية الوقت والاسترخاء، والصداقة والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات [٣٣].

ومع تطور وسائل الاتصال وظهور وسائل جديدة مثل الانترنت، حاول بعض الباحثين معرفة الاستخدامات الجديدة لهذه الوسائل الحديثة، وطبقت العديد من الدراسات مدخل الاستخدامات والاشباعات عند تناولها شبكة الإنترنت وتطبيقاتها بالبحث والدراسة، حيث يعد هذا المدخل مناسبا ؛ نظرًا لتمتع شبكة الإنترنت بإمكانيات تتيح لمستخدميها التفاعل مع المواد المتاحة عليها، وهذا التفاعل يتطلب من مستخدمي الشبكة أن يكونوا نشطين وفاعلين ولديهم حاجات محددة يحاولون إشباعها، وفي الوقت نفسه فإن مدخل الاستخدامات والاشباعات يتمتع بأهمية كبيرة في دراسة وسائل الاتصال الحديثة نظرا لشمولية هذا المدخل بما يتفق مع اتساع تطبيقات هذه الوسائل الحديثة، وهذا ما أدى إلى بعث الحياة من جديد في هذا المدخل وتطبيقه في بحوث الإعلام الجديد[٣٤].

ومؤخرا ومع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، طبق العديد من الباحثين مدخل الاستخدامات والاشباعات لمعرفة دوافع المستخدمين والاشباعات المتحققة من استخدامهم لمواقع التواصل، وقد اتفقت معظم الدراسات على العديد من الأسباب التي تدفع الأفراد لاستخدام مواقع التواصل، ومن أبرز هذه الدوافع : الحفاظ على التواصل مع الأصدقاء القدامى، البقاء على تواصل مع الأصدقاء الحاليين، التواصل مع الأهل والأقارب، مقابلة أشخاص جدد، لمعرفة أماكن تواجد الأصدقاء القدامى، نشر ومشاهدة الصور، معرفة الأحداث الجارية، التعبير عن الذات ومشاركة المعلومات حول الأفراد أنفسهم، لأغراض البحث عن المعلومات، الترفيه والتسلية، قضاء وقت



الفراغ، بناء علاقات اجتماعية مع الأصدقاء بدلا عن أفراد الأسرة أو الغرباء، تفادي الشعور بالعزلة (٣٥).

وتستفيد الدراسة من مدخل الاستخدامات والاشباعات في معرفة دوافع استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي سواء أكانت دوافع نفعية (معرفية، وتواصل)، أو دوافع طقوسية (ترفيه وتسلية، وتمضية الوقت، والهروب من الواقع).

نظرية رأس المال الاجتماعي Social Capital Theory:

ظهر مفهوم رأس المال الاجتماعي لأول مرة في أعمال بيير بورديو Pierre Bourdieu في الستينات ثم تطور بصوره واضحة وأنتشر بشكل واسع في الكتابات الأكاديمية لـ عالم الساسة بوتنام Putnam في الولايات المتحدة الأميركية، ويعد المفهوم حاليا من أبرز المفاهيم في العلوم الاجتماعية، ويشير مفهوم رأس المال الاجتماعي إلى العلاقات والتفاعلات بين الأفراد، فهو رأس المال المتضمن أو الكامن في العلاقات الاجتماعية في إطار أي مجتمع، ويعرف بوتنام Putnam رأس المال الاجتماعي بأنه اتصالات بين الأفراد أو شبكات اجتماعية وأنماط من العلاقات والثقة المتبادلة التي تنشأ بينهم (٣٦).

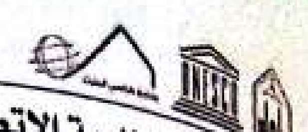
وقد صنف كوليمان Coleman رأس المال إلى ثلاثة أشكال، هي: رأس المال الاقتصادي، ورأس المال الثقافي، ورأس المال الاجتماعي، ووصف رأس المال الاجتماعي بأنه المصادر المتراكمة من خلال شبكة العلاقات الاجتماعية بين الناس، ويرى البنك الدولي (٢٠١٠) بأن رأس المال الاجتماعي هو العلاقات والعادات والقواعد التي تشكل نوعية وكمية التفاعلات الاجتماعية في المجتمع، فيما يرى (Fukuyama, 2002) بأن رأس المال الاجتماعي يعد بمثابة المثل التي تسمح للناس بتبادل ومشاركة القيم والعادات غير الرسمية، ويميّز بوتنام (Putnam,2000) بين بُعدين

البعد الأول: الروابط القريبة القوية (Bonding) وهي من رأس المال الاجتماعي، الروابط بين الأفراد، والعلاقات الوثيقة مع الأقارب والأسرة والأصدقاء المقربين، البعد الثاني: الروابط البعيدة الضعيفة (Bridging): وهي الروابط بين الأفراد من نفس المستوى (علاقات أفقية) متواجدين في مساحات جغرافية واجتماعية متباعدة يسودها تواصل عام، وتسهيل الحصول على المعلومات أو المعرفة، وأضاف لها الباحثون لاحقا بُعدا ثالثا هو (Linking) ويشير هذا البعد إلى العلاقات بين الطبقات الاجتماعية المختلفة، والعلاقات بين الأشخاص متفاوتين في السلطة سواء كانت سلطة سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية (علاقات رأسية)(٣٧).

وتستفيد هذه الدراسة من نظرية رأس المال الاجتماعي في كشف بُعدي العلاقات الاجتماعية (Bonding، Bridging) الأكثر تأثرا من استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي.

نظرية الاتصال الثقافي Cultural Communication Theory

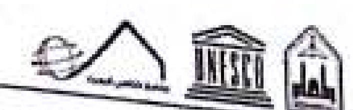
الاتصال الثقافي هو عملية نقل وتبادل الثقافات وفروعها وأنساقها من خلال الاحتكاك والتفاعل الاجتماعي، وبعد إن كان التباين والتنوع من سمات المجتمعات الحديثة مقارنة بالمجتمعات التقليدية التي تتسم بدرجة عالية من التجانس، أصبح هناك قوى تدفع بالشعوب إلى مزيد من التقارب الثقافي مقابل محاولات لإضعاف الثقافات الفرعية على المستويين المحلي والإقليمي، وقد أسهم التطور في وسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات وبخاصة الإنترنت في عبور الثقافات حواجز الزمان والمكان، وتوطيد الاتصال الثقافي بين شعوب العالم، وترسيخ الثقافة العالمية واضمحلال بعض الثقافات المحلية نتيجة الاحتكاك الثقافي بين الشعوب والدول، والذي ينتج عنه اعتناق العناصر المادية وأخرى غير مادية أو الأخذ بها أثناء الأزمات وفي أوقات التفكك الاجتماعي (٣٨).



افتراضات نظرية الاتصال الثقافي:

- تتأثر الثقافات ببعضها البعض نتيجة الاتصال الثقافي.
- أثرت ثقافة المستعمرين على ثقافة الشعوب المستعمرة.
- ينجم عن الاتصال بين الثقافات نمط ثقافي جديد قائم على الدمج بينهما.
- هناك جوانب ثقافية تختفي تدريجيا من الثقافات نتيجة الاتصال الثقافي، ولا تظهر جوانب ثقافية جديدة لتحل محلها (٣٩).

وتعد وسائل الاتصال الحديثة إحدى أدوات العولمة كما يرى البعض والتي تدفع بالأفراد والمجتمعات نحو صهر الثقافات بما تحمله من قيم في إطار تبني ثقافة عالمية موحدة، وفي هذا الصدد فإن وسائل الإعلام الجديدة وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي قد أثرت على جوانب مختلفة في مجال الاتصال الثقافي، **ففي جانب العلاقات بين الثقافات**، فإن مواقع التواصل الاجتماعي سمحت للأفراد من أي مكان في العالم بالتعريف عن أنفسهم والبقاء على تواصل ضمن الفضاء الإلكتروني الواسع، بالتالي فإن نشر الأفراد للمضامين والصور ومشاركتها عبر هذه المواقع قد أثر بشكل مباشر سواء أكان ايجابا أو سلبا على طبيعة العلاقات بين أفراد ينتمون لثقافات مختلفة، وتجمعهم شبكة إفتراضية واحدة، **وفي مجال التبني الثقافي**، نظرا لأن مواقع التواصل الاجتماعي تمكن الأفراد من تبادل الرسائل مع آخرين ينتمون إلى ثقافات مختلفة فضلا عن أنها أصبحت وسائل ذات شعبية واسعة يستخدمها المهاجرون من بلدانهم عند وصولهم البلدان الأخرى في التواصل مع زملائهم وأصدقائهم في البلد المضيف، بالتالي فإن استخدامها يؤثر في عملية تكييف الأفراد المهاجرين مع الثقافات الجديدة وبالتالي تبنيها، وقد ينقلونها لأصدقائهم في البلد الأصلي من خلال التواصل معهم عبر هذه الوسائل، **أما في ما يتعلق بالصراع**

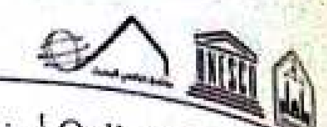


الثقافي، فإن وسائل الإعلام الجديدة توفر للأفراد والحكومات وسيلة جيدة لبناء صورتها الذهنية لدى الآخر، ولأن الرسائل التي يتم تأطيرها عبر وسائل الإعلام الجديدة من قبل الأفراد أو الدول في سبيل بناء صورة جيدة عنها تستند على القيم الثقافية لتلك البلدان، وهذا بدوره يسبب صراعا ثقافيا نظرا للفروق في الثقافات الوطنية المختلفة، على سبيل المثال، ركزت وسائل الإعلام الأميركية أثناء تغطيتها للألعاب الأولمبية الصينية على الاحتجاجات، والمساواة الفردية وحقوق الإنسان والعدالة الاجتماعية، وهي قيم تتعارض مع قيم الثقافة الصينية المبنية على مصلحة الجماعة، والنظام الاجتماعي، وهذا بدوره سبب مشكلة بين البلدين ناتج عن استخدام الإعلام من منظور تباين الثقافات [٤٠].

وتستفيد الدراسة من هذه النظرية في معرفة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الاتصال الثقافي لدى الشباب العربي.

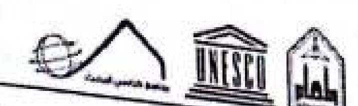
الإجراءات المنهجية للدراسة:

- **نوعية الدراسة:** تعدّ هذه الدراسة من نوعية الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة الحقائق الراهنة حول ظاهرة أو موقف معين، بهدف الحصول على معلومات دقيقة عنها، وهذا النوع من الدراسات يتجه نحو دراسة الظاهرة كما هي أي في ظل الظروف الطبيعية التي تتواجد فيها، حيث تستهدف هذه الدراسة دراسة ظاهرة دوافع استخدامات الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي، وتأثير ذلك على قيمهم الأسرية والاجتماعية [٤١].
- **منهج الدراسة:** تستخدم هذه الدراسة منهج المسح Survey والذي يعد من أنسب المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية وأكثرها شيوعا، خاصة في الدراسات الوصفية والاستكشافية، وقد تم الاعتماد على المسح الإلكتروني



Online Survey لعينة من الشباب العربي الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في السعي لمعرفة دوافعهم لاستخدامها، ومدى تأثيرها على قيمهم الأسرية والاجتماعية[٤٢].

- **مجتمع الدراسة:** يشمل المجتمع كل الشباب العربي ممن هم في سن (١٨ – ٣٥) سنة.
- **عينة الدراسة:** تم اختيار ثلاثة بلدان عربية لاختيار العينة منها، هي (السعودية، واليمن، ومصر)، وسبب اختيار هذه البلدان، هو أن السعودية تمثل المجتمع الخليجي المتشابه في كثير من الخصائص، وتمثل مصر المجتمع العربي الأفريقي، فيما تمثل اليمن المجتمع العربي الذي يشهد اضطرابات سياسية أثرت على التنمية والاستقرار ومعدل الفقر والبطالة وأنعكس ذلك على طبيعة استخدام مواطني هذه البلدان لوسائل الاتصال الحديثة، حيث ترد هذه البلدان دائما في ذيل قائمة مؤشرات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات العربية، واعتمد الباحثان في اختيار عينة الدراسة على أسلوب العينة المتاحة، وتعتمد هذه العينة على مبدأ ما هو متاح، بحيث يختار الباحث المفردات الميسرة التي تنطبق عليها شروط العينة المناسبة لطبيعة الدراسة[٤٣]، والسبب في استخدام هذه العينة يرجع إلى كبر حجم مجتمع الدراسة، واتساعه جغرافيا، بحيث يصعب معه ايجاد إطار محدد لاختيار العينة منه.
- **أداة جمع البيانات:** اعتمدت الدراسة في جمع البيانات من الشباب العربي على استبيان إلكتروني كونه الوسيلة الأنسب لجمع البيانات من مصادرها، حيث يتوافق مع طبيعة القضية المدروسة، إذ أن المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، فكان من الأنسب أن يصلهم الاستبيان عبر الوسيلة



ذاتها، حيث تم إرسال رابط الاستبيان إلى المبحوثين عبر موقعي الفيس بوك، وتويتر، بالاستعانة ببعض اعضاء هيئة التدريس والباحثين في الدول الثلاث، والنقاش عبر غرف الدردشة ومواقع التواصل الاجتماعي مع المبحوثين في تعبئة واستكمال بيانات الاستبيان، وتضمن الاستبيان أربعة محاور، هي

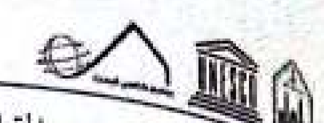
المحور الأول: معدل ودوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الثاني: تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب

المحور الثالث: تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأسرية لدى الشباب

المحور الرابع: تضمن المعلومات الأساسية المتعلقة بالمبحوثين (النوع، والسن، والحالة الاجتماعية، والمستوى التعليمي، والجنسية)

- **بناء المقاييس:** تم الاعتماد على العديد من المقاييس في بناء مقياس هذه الدراسة، حيث تم الاعتماد على مقياس دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لـ (Raacke, J. & Bonds-Raacke, , 2008) ولـ (Haridakis & Hanson ,2009)، كما تم الاستفادة في بناء مقياس القيم الاجتماعية والأسرية على: مقياس تأثير مواقع التواصل على المجتمع لـ (Neelamalar & Chitra , 2009)، ومقياس التدين لـ (Orathinkal and Vansteenwegen,2006)، ومقياس رأس المال الاجتماعي عبر الإنترنت لـ (Dmitri Williams, 2006)، ومقياس استخدام الإنترنت في الاتصال الثقافي (Wenli Chen,2010)، ومقياس استخدام مواقع التواصل وعلاقته بالقيم المجتمعية لـ (عمرو أسعد، ٢٠١١) [٤٤]، وتم مراعاة خصائص المجتمع العربي



عند الاستفادة من المقاييس الغربية، بمعنى أنه تم تطويع المقاييس بما يتلائم مع قيم وعادات المجتمع العربي.

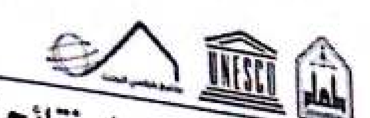
- **اختبارات الصدق والثبات:** لاختبار صدق أداة جمع البيانات، ومدى قدرتها على قياس ما ينبغي قياسه، تم عرض الاستبيان على مجموعة من الأساتذة الأكاديميين(٤٥)، وتم رصد ملاحظاتهم والاستفادة منها، ولحساب ثبات المقياس تم استخدام معامل إلفا كرونباخ لكل محور من محاور الاستبيان على حدة، وحساب معامل الثبات الكلي والذي بلغ (٠,٨٥) وهي قيمة عالية تعكس ثبات المقياس.

جدول رقم (١)

معامل الثبات (Cronbach's Alpha)

أبعاد الاستبيان (المتغيرات)	عدد العناصر	إلفا كرونباخ
دوافع الاستخدام	١٠	٠,٧٢
القيم الاجتماعية	٢١	٠,٨٠
القيم الأسرية	٨	٠,٦٤
الأبعاد مجتمعة	٣٩	٠,٨٥

- **المعالجة الإحصائية:** تم استخدام مجموعة من الاختبارات الاحصائية في تحليل بيانات هذه الدراسة، هي: **الإحصاءات الوصفية:** (التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية)، و الوزن النسبي = (للمتوسط الحسابي * ١٠٠) / الدرجة العظمى للعبارة، **الاختبارات الإحصائية:** اختبار (كا٢) لجداول التوافق (Chi-Square)، واختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent Samples T-Test) تحليل التباين ذو البعد الواحد: ((One Way analysis Of Variance) المعروف إختصارا بإسم (ANOVA)، والاختبارات البعدية (Post Hoc Test)، بطريقة أقل فرق معنوي (LSD)، ومعامل إرتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient).



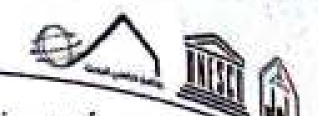
عرض وتحليل نتائج الدراسة في ضوء تساؤلاتها وفروضها:

المحور الأول خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (٢) يوضح خصائص عينة الدراسة

المتغير		التكرار	%
النوع	ذكر	١٧٩	٥٩,٧
	أنثى	١٢١	٤٠,٣
المستوى التعليمي	أقل من جامعي	٣٦	١٢
	جامعي	١٦١	٥٣,٧
	دراسات عليا	١٠٣	٣٤,٣
المهنة	طالب	١٤٢	٤٧,٤
	موظف	١٠٦	٣٥,٣
	عامل	١٢	٤
	عاطل عن العمل	٤٠	١٣,٣
الجنسية	سعودي	١٠٠	٣٣,٣
	يمني	١٠٠	٣٣,٣
	مصري	١٠٠	٣٣,٣
العمر	من ١٨ – ٢٦ سنة	١٤٦	٤٨,٧
	من ٢٧ – ٣٥	١٥١	٥٠,٣
الحالة الاجتماعية	أعزب	١٥٣	٥١
	متزوج	١٤٥	٤٨,٤
	مطلق	١	٠,٣
	أرمل	١	٠,٣
إجمالي العينة		٣٠٠	١٠٠

تشير بيانات الجدول رقم (٢) إلى أن عدد الذكور يفوق عدد الإناث، (٥٩,٧%) ذكور مقابل (٤٠,٣%) إناث وهذا يتناسب مع طبيعة بعض المجتمعات العربية المحافظة والتي تفرض بعض القيود على استخدام الإناث للإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي؛



كما تشير النتائج إلى أن نصف العينة من الجامعيين وهي نسبة طبيعية حيث تم تطبيق الدراسة على الشباب من سن (١٨ – ٣٥) ومعظم الشباب في هذه الفترة من مرتادي الجامعات سواء كانوا في مرحلة البكالوريوس أو في مرحلة الدراسات العليا، فيما نسبة قليلة من الشباب في المستوى التعليمي أقل من جامعي (١٢%)، وفيما يتعلق بالمهنة فقد تقاربت نسب الطلاب مع نسب الموظفين فيما قلت نسبة العمال والعاطلين عن العمل، أما من حيث توزيع العينة وفقا للجنسية فقد تم اختيار مفردات الدراسة بالتساوي ١٠٠ مفردة لكل جنسية، وفيما يخص أعمار الشباب عينة الدراسة فقد تم تقسيمها إلى فئتين، وتقاربت نسب ظهور مفردات الفئتين في عينة الدراسة.

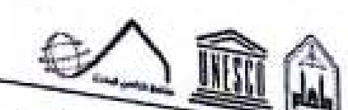
المحور الثاني : استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي:

أ / خبرة الشباب في استخدام مواقع التواصل

جدول رقم (٣) يوضح الفترة الزمنية لخبرة الشباب في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الفترة الزمنية منذ بداية الاستخدام	التكرار	%
أقل من سنتين	٢٩	٩,٧
من سنتين – إلى أقل من ٤ سنوات	٧٧	٢٥,٧
من ٤ – إلى أقل من ٦ سنوات	١١٣	٣٧,٦
٦ سنوات فأكثر	٨١	٢٧
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠

من خلال تفحص نتائج الجدول رقم (٣) يتضح لنا ارتفاع معدل الخبرة الطويلة (من ٤ – إلى أقل من ٦ سنوات) حيث حصلت على نسبة ٣٧,٧%، وكذلك فئة (٦سنوات فأكثر) والتي حصلت على نسبة ٢٧%، فيما انخفضت نسبة الخبرة القصيرة أقل من سنتين والتي حصلت على نسبة ٩,٧%، كما حصلت فئة (من سنتين إلى أقل من ٤ سنوات) على نسبة ٢٥,٧% . ونظرا لأن مواقع التواصل الاجتماعي ظهرت منذ سنوات قليلة هذا يعني أن نسبة كبيرة من الشباب العربي قد



بدأت باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي فور وصولها السوق، والبعض تريث في حدود سنة أو سنتين قبل البدء بتجربتها لأسباب قد تتعلق في بادئ الأمر بقلة عدد المستخدمين، وبقصور في تسهيلات استخدامها عبر الهاتف النقال، وهذا التفسير تؤكده التحديثات المتلاحقة في تطوير برامج استخدام مواقع التواصل عبر الهاتف النقال، كما تؤكده نتيجة الجدول رقم (٥) والذي كشف عن نسبة كبيرة من الشباب ٥٧,٧٪ تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الهاتف النقال.

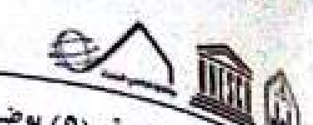
ب/ معدل استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٤) يوضح معدل الاستخدام اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي بالساعات

معدل الاستخدام	التكرار	%
أقل من ساعتين في اليوم	٣٢	١٠,٧
من ساعتين – إلى أقل من ٤ ساعات	١٠٣	٣٤,٣
من ٤ – إلى أقل من ٦ ساعات	٨٤	٢٨
٦ ساعات فأكثر	٨١	٢٧
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠

تشير نتائج الجدول رقم(٤) إلى أن أكثر من نصف العينة (٥٥٪) من الشباب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بواقع ٤ ساعات فأكثر يوميا، فيما أقل من نصف العينة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي أقل من ٤ ساعات يوميا، وعلى إفتراض أن عدد الساعات اليومية للفرد ١٦ ساعة، على اعتبار أن ٨ ساعات مخصصة للنوم، هذا يعني أن أكثر من نصف المبحوثين يقضون ربع الوقت يوميا في استخدام هذه المواقع، وهي نسبة عالية إذا ما قورنت بإلتزامات الشباب نحو دراستهم كطلاب، ونحو عملهم كموظفين، ونحو اسرهم ومجتمعهم بشكل عام.

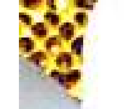
ج/ أماكن استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي (اختيار أكثر من بديل):

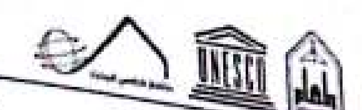


جدول رقم (٥) يوضح أماكن استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي

أماكن الاستخدام	التكرار	%
المنزل	٢١٩	٧٣
العمل	٤١	١٣,٨
الجامعة	٤١	١٣,٨
مقاهي الإنترنت	٢٤	٨
من أي مكان عبر الهاتف النقال	١٧٣	٥٧,٧
النادي	٨	٢,٧
تم حساب النسبة على إجمالي عدد العينة البالغ ٣٠٠ مفردة		

تشير نتائج الجدول رقم (٥) إلى أن معظم الشباب (٧٣%) يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من منازلهم، يليه استخدامهم لها من أي مكان عبر الهاتف النقال وبنسبة ٥٧,٧%، ويأتي استخدامهم لها في العمل والجامعة في المرتبة الثالثة وبنسبة ١٣,٧% لكل واحد منهما، وجاءت مقاهي الإنترنت في المرتبة الرابعة بنسبة ٨%، وأخيراً استخدامهم لها في النادي بنسبة ٢,٧%، ويمكن تفسير ضعف استخدام الشباب لمواقع التواصل في أماكن العمل والجامعة إذا ما قورنت باستخدامهم لها في المنزل وعبر الهاتف النقال بأن بعض المؤسسات تمنع استخدام مواقع التواصل أثناء العمل، كما أن بعض الجامعات لا توفر شبكة إنترنت عامة للطلاب داخل الحرم الجامعي، أما قلة استخدام الشباب لمواقع التواصل في مقاهي الإنترنت فمرجعه قلة مقاهي الإنترنت بعد توفير خدمة الإنترنت للمنازل، وخدمة حزم البيانات عبر الهاتف النقال، وبعد انتشار الشبكات اللاسلكية (الواير لس)





د/ أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الشباب على استخدامها:

جدول رقم (٦) يوضح أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب

درجة الاستخدام المواقع	دائما	أحيانا	نادرا	لا استخدمها	المتوسط الحسابي	متوسط الدرجة
الفيس بوك Facebook	١٦٠	٥٦	٦٤	٢٠	٢,١٩	أحيانا
تويتر Twitter	٦٨	٩٥	٧٢	٩٥	١,٥٥	أحيانا
يوتيوب YouTube	١٢٥	١٢٤	٣٠	٢١	٢,١٧	أحيانا
جوجل بلس Google +	٦٧	٧٥	٩٣	٦٥	١,٤٨	نادرا
إنستجرام Instagram	٨٢	٦٢	٦١	٩٥	١,٤٤	نادرا
لينكد إن Linked In	١٣	٤٧	٨٦	١٥٤	٠,٧٣	لا
ماي سبيس MySpace	٧	٢٣	٨٥	١٨٥	٠,٥١	لا
فيلكر Flicker	٤	٢٧	٨٧	١٨٢	٠,٥١	لا
المتوسط الموزون	(لا = ٠ – ٠,٧٥)، (نادرا = ٠,٧٦ – ١,٥)، (أحيانا = ١,١٥١- ٢,٢٥)، (دائما = ٢,٢٦ – ٣)					

من خلال قراءة نتائج الجدول رقم (٦) يتضح لنا أن موقع الفيس بوك هو الموقع الاجتماعي الأكثر استخداما من قبل الشباب العربي، حيث احتل المرتبة الأولى بين مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب بمتوسط حسابي بلغ ٢,١٩، يليه في المرتبة الثانية موقع يوتيوب بمتوسط حسابي ٢,١٧، ثم موقع تويتر في المرتبة الثالثة بنسبة ١,٥٥، وفي المرتبة الرابعة جاء موقع جوجل بلس بمتوسط حسابي ١,٤٨، يليه موقع إنستجرام بمتوسط حسابي ١,٤٤، فيما جاء استخدام الشباب لباقي مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى (لينكد إن، و ماي سبيس، وفليكر) ضعيف جدا ومعظمهم لا يستخدمونها، وتتسق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Karimi, et al , 2014) والتي توصلت إلى أن الفيس بوك الموقع الأكبر شعبية ضمن مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب في إيران والمملكة المتحدة، وجنوب إفريقيا وماليزيا[٤٦]، كما تتفق مع نتائج دراسة (محمد الصائغ)[٤٧] التي كشفت عن تصدر الفيس بوك قائمة مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما من قبل الشباب المصري



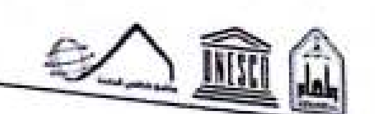
المحور الثالث

دوافع استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٧) يوضح أهم دوافع الشباب لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

دوافع الاستخدام	التكرار	%	الترتيب
للتعرف على الأخبار ومعرفة الأحداث الجارية	٢٥٤	٨٤,٧	١
لتبادل المعلومات والمعارف	١٧٧	٥٩	٣
لقضاء وقت الفراغ وتمضية الوقت	١٤٦	٤٨,٧	٥
للترفيه والتسلية	١٦٦	٥٥,٣	٤
للهروب من الواقع	٣٩	١٣	١٠
للتخلص من القلق والملل	٧٢	٢٤	٧
للبقاء على تواصل مع الأهل والأصدقاء	١٩٧	٦٥,٧	٢
للتعرف على أصدقاء جدد	٤٣	١٤,٣	٩
للحفاظ على علاقاتي الحالية بالأخرين	٨٥	٢٨,٣	٦
للتعريف بنفسي للأخرين	٥٨	١٩,٣	٨
تم حساب النسبة بقسمة التكرارات على إجمالي العينة البالغ عددها ٣٠٠			

من خلال تفحص معطيات الجدول رقم (٧) يتضح لنا أن معظم أفراد العينة (٨٤,٧%) يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدافع التعرف على الأخبار والأحداث الجارية، يليه دافع التواصل مع الأهل والأقارب بنسبة ٦٥,٧%، ثم دافع تبادل المعلومات والمعارف بنسبة ٥٩%، يليه دافع الترفيه والتسلية بنسبة ٥٥,٣%، ثم دافع قضاء وقت الفراغ وتمضية الوقت بنسبة ٤٨,٧%، فيما انخفضت نسبة الدوافع الأخرى حيث تراوحت ما بين ٢٨,٣%، و ١٣%. وبالرجوع إلى تصنيف روبن للدوافع، حيث صنفها إلى قسمين (دوافع نفعية)، و(دوافع طقوسية) يمكن القول أن الدوافع النفعية تفوقت على الدوافع الطقوسية لاستخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات السابقة مثل دراسة (رضا عبدالواجد، ٢٠٠٩)[٤٨]، ودراسة (Neelamalar & Chitra , 2009)[٤٩]، ودراسة (مريم نومار، ٢٠١٢)[٥٠] في تفوق الدوافع النفعية على الدوافع الطقوسية لدى المبحوثين، فيما تختلف مع دراسة (علي نجادات، ٢٠١٤)[٥١] والتي أشارت إلى تفوق الدوافع الطقوسية لدى العاملات في الجامعات الأردنية على الدوافع النفعية وقد يرجع سبب التباين إلى اختلاف طبيعة العينة المدروسة.



المحور الرابع

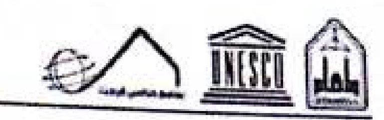
تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب

جدول رقم (٨) يوضح تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب

القيم	العبارات	درجة الموافقة			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الوزن النسبي لكل قيمة
		موافق	محايد	معارض				
التعاون والمشاركة الاجتماعية	تشجعني مواقع التواصل الاجتماعي على العمل التطوعي	١٦٢	١٠٩	٢٩	٢,٤٤	٠,٦٦٥	٨١,٣	٨٤,٨
	استخدم مواقع التواصل في مساعدة المستخدمين الأخرين	١٩٥	٨٨	١٧	٢,٥٩	٠,٥٩٦	٨٦,٣	
	استخدم مواقع التواصل في تقديم خدمات اجتماعية	١٩٥	٨٩	١٦	٢,٦٠	٠,٥٩٠	٨٦,٧	
التسامح	تنمي مواقع التواصل علاقات مبنية على التسامح	١٢٥	١٢٥	٥٠	٢,٢٥	٠,٧٢٣	٧٥	٧٤,٤
	تساعدني مواقع التواصل على الهدوء و التحكم بغضبي	٩٩	١٣٣	٦٨	٢,١٠	٠,٧٤٠	٧٠	
	أقدم اعتذار عبر مواقع التواصل للأشخاص الذين أخطأت في حقهم	١٥٣	٩٨	٤٩	٢,٣٥	٠,٧٤٥	٧٨,٣	
الاتصال الثقافي	استخدام مواقع التواصل أتاح لي فرصة الاطلاع على عادات وتقاليد مجتمعات مختلفة	٢٤٦	٤٧	٧	٢,٨٠	٠,٤٥٨	٩٣,٣	٨٧,٢
	استخدام مواقع التواصل سهل لي الحوار مع أفراد من ثقافات مختلفة	٢٣٢	٥٦	١٢	٢,٧٣	٠,٥٢٦	٩١	
	استخدامي لمواقع التواصل سهل لي تعلم لغات أخرى غير لغتي الأم	١٣٩	١١٧	٤٤	٢,٣٢	٠,٧١٥	٧٧,٣	
تقدير الذات	استخدامي لمواقع التواصل أتاح لي فرصة التعبير عن نفسي وتبادل بياناتي الشخصية	١٧٩	٨٩	٣٢	٢,٤٩	٠,٦٨٢	٨٣	٧٩,٧
	استخدم مواقع التواصل في نشر معلومات وأخبار تزيد من قيمتي ومكانتي لدى الأخرين	١٥٣	١٢٢	٢٥	٢,٤٣	٠,٦٤٢	٨١	

	أشعر بتقدير ذاتي عند استخدامي لمواقع التواصل	١٣٠	١١٧	٥٣	٢,٢٦	٠,٧٣٩	٧٥,٣	
العلاقات الاجتماعية	استخدم مواقع التواصل لإبقاء التواصل مع أصدقائي وأقاربي	٢٤٩	٣٧	١٤	٢,٧٨	٠,٥١٨	٩٢,٧	٨٥
	استخدم مواقع التواصل لإبقاء التواصل مع أشخاص تعرفت عليهم عبر هذه المواقع	١٩٧	٨٢	٢١	٢,٥٩	٠,٦١٩	٨٦,٣	
	استخدم مواقع التواصل في مقابلة أشخاص جدد	١٣٤	١١٦	٥٠	٢,٢٨	٠,٧٢٣	٧٦	
التدين	استخدامي لمواقع التواصل زاد من التزامي بديني والمحافظة على أداء شعائره	١٠٣	١٠٥	٩٢	٢,٠٤	٠,٨٠٧	٦٨	٧٠,١
	عندما أواجه مسائل متعلقة بالدين ألجأ إلى الاستفسار من اصدقائي في مواقع التواصل	١٢٤	٨٨	٨٨	٢,١٢	٠,٨٣٣	٧٠,٧	
	استخدم مواقع التواصل في الاطلاع على المعلومات التي تعمق صلتي بديني	١١٧	١١٣	٧٠	٢,١٦	٠,٧٧٥	٧٢	
التفاعل الاجتماعي	مواقع التواصل جعلتني شخصا اجتماعيا	١٦٠	٩٥	٤٥	٢,٣٨	٠,٧٣٤	٧٩,٣	٧٨,٩
	مواقع التواصل قللت من عزلتي عن الآخرين	١٠٣	١٠٢	٩٥	٢,٠٣	٠,٨١٣	٦٧,٧	
	شجعتني مواقع التواصل على التفاعل مع كل الأحداث التي تحيط بي	٢١٩	٧٠	١١	٢,٦٩	٠,٥٣٦	٨٩,٧	

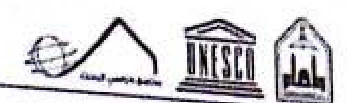
من خلال تفحص نتائج الجدول رقم (٨) نجد أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير كبير على قيم الانفتاح الثقافي على الآخر من وجهة نظر الشباب عينة الدراسة، حيث جاءت قيم الاتصال الثقافي في المرتبة الأولى بين القيم الاجتماعية الأكثر تأثرا باستخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي بوزن نسبي بلغ ٨٧,٢%، وهذه النتيجة يمكن تفسيرها بقلة الاحتكاك المباشر للشباب مع الأجانب، لاسيما في السنوات الأخيرة الماضية والتي قل فيها تدفق السياح الأجانب إلى معظم الدول العربية نظرا للأحداث التي شهدتها بعض البلدان العربية مؤخرا، ما يجعل مواقع التواصل متنفسا للشباب للتعرف على



الآخر والاطلاع على ثقافاته وعاداته، خصوصا وأن وسائل الإعلام التقليدي وسائل موجهة لا تظهر الشعوب على حقيقتها، ولا تتيح التفاعل والتعرف على الآخر بالشكل الذي تتيحه مواقع التواصل التفاعلية، وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه دراسة (عمرو أسعد، ٢٠١١)[٥٢] والتي كشفت عن تأثر قيم الانفتاح الثقافي باستخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي وأنه كلما زاد معدل استخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي زاد تأثير ذلك الاستخدام بشكل ايجابي على قيم الانفتاح الثقافي، وجاءت قيم العلاقات الاجتماعية في المرتبة الثانية بوزن نسبي بلغ ٨٥٪، وهي نتيجة طبيعية حيث أنشئت هذه المواقع في الأساس من أجل التواصل الاجتماعي، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (مريم نومار، ٢٠١٢)، حيث أظهرت أن استخدام المبحوثين لموقع الفيس بوك أثر على علاقاتهم مع أصدقائهم وأقاربهم وأسرهم، وأدى إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل الاجتماعي، وفي المرتبة الثالثة جاءت قيم التعاون والمشاركة الاجتماعية بوزن نسبي ٨٤,٨٪، وهذه النتيجة تعكس طبيعة المجتمعات العربية القائمة على التكافل الاجتماعي، وليس على القيم المادية كما هو حاصل في المجتمعات الغربية، وتتسق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Sheedy , 2011)[٥٣] حيث أظهرت أن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح للناس مساعدة بعضهم بعضاً بغض النظر عن الموقع الجغرافي لأماكن تواجدهم، وفي المرتبة الرابعة جاءت قيم تقدير الذات بوزن نسبي ٧٩,٧٪، ويمكن تفسير ذلك بأن الشباب الذي ظل محروماً طيلة السنوات الماضية من تقديم ذاته، والتعريف بنفسه للأخرين قد وجد من مواقع التواصل الاجتماعي متنفسا لإبراز ذاته، ومحاولة الحصول على مكانة بين اصدقائه وأفراد مجتمعه من خلال ما ينشره عبر هذه المواقع، وجاءت قيم التفاعل الاجتماعي في المرتبة الخامسة بوزن نسبي ٧٨,٩٪، وتتسق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Cotton, et al ,2013)[٥٤]



من أن استخدام الإنترنت تخفض الشعور بالوحدة والعزلة الاجتماعية، يليها قيم التسامح في المرتبة السادسة بوزن نسبي ٧٤,٤٪، وفي المرتبة الأخيرة وردت قيم التدين بوزن نسبي بلغ ٧١,١٪، وهذه النتيجة بالتحديد تعكس ضعف الاستفادة من هذه المواقع في الجانب المنفعي الديني، وقد يرجع ذلك إلى النظرة السلبية لبعض المؤسسات الدينية لهذه المواقع وضعف توظيفها فيما يتعلق بخدمة الجانب الديني والحوار بين الأديان، إلى جانب الاستخدام السيء لبعض العناصر الدينية المتطرفة لهذه المواقع في خدمة مصالحها السياسية والتطرفية ما يجعل الشباب يتخوفون من الاستفسار أو الدخول في حوار مع هذه العناصر عبر مواقع التواصل.

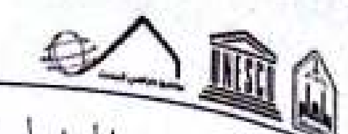


المحور الخامس

تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأسرية لدى الشباب

جدول رقم (٩) يوضح تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب

القيم	العبارات	درجة الموافقة			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الوزن النسبي لكل قيمة
		موافق	محايد	معارض				
الترابط الأسري	ساعدتني مواقع التواصل في التواصل مع أفراد أسرتي وأقاربي الذين يعيشون بعيدا عني	٢٣٩	٤٥	١٦	٢,٧٤	٠,٥٤٦	٩١,٣	٧٧,١
	أناقش أفراد أسرتي حول بعض القضايا التي أقرأها أو أنشرها في مواقع التواصل	١٨١	٧٩	٤٠	٢,٤٧	٠,٧١٩	٨٢,٣	
	لمواقع التواصل دور في تقارب أفراد الأسرة	١٢٠	٩٥	٨٥	٢,١٢	٠,٨٢٠	٧٠,٧	
	تساعد مواقع التواصل على زيادة التماسك الأسري وتضامن أفراد الأسرة	٧٨	١٢١	١٠١	١,٩٢	٠,٧٧٠	٦٤	
التفكك الأسري	أقضي وقت على مواقع التواصل أكثر من الوقت الذي أقضيه مع أفراد أسرتي	١٥٠	٩٢	٥٨	٢,٣١	٠,٧٧٥	٧٧	٧٢,٩
	استخدامي لمواقع التواصل يجعلني لا أشارك أفراد الأسرة في أنشطتها المختلفة	١٠١	١٠٣	٩٦	٢,٠٢	٠,٨١٢	٦٧,٣	
	أشعر أن زياراتي لأقاربي بدأت تقل نتيجة انشغالي باستخدام مواقع التواصل	١١٥	٩٨	٨٧	٢,٠٩	٠,٨١٧	٦٩,٧	
	تواصلي مع أقاربي عبر مواقع التواصل قلل من تواصلي معهم وجها لوجه	١٥١	٩٧	٥٢	٢,٣٣	٠,٧٥٥	٧٧,٧	



تكشف نتائج الجدول رقم (٩) عن تفوق تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الترابط الأسري نسبيا على تأثيرها على التفكك الأسري من وجهة نظر الشباب عينة الدراسة، حيث حصلت قيم الترابط الأسري على وزن نسبي ٧٧,١%، مقابل ٧٢,٩% لقيم التفكك الأسري، ما يعني أن الشباب يرون أن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي قد أثر ايجابا على علاقاتهم بالأسرة، لكن مع ذلك لم يغفل الشباب الجانب السلبي لاستخدام هذه المواقع على القيم والعلاقات الأسرية، حيث الفارق بين التأثيرات الايجابية والتأثيرات السلبية لاستخدام مواقع التواصل على العلاقات والقيم الأسرية قليل ٤,٢% من وجهة نظر الشباب، وهذا يعني أنه برغم الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع أفراد الاسرة القريبين والبعيدين عنا، إلا أن استخدام هذه المواقع قد أثر سلبا على العلاقات الأسرية من حيث قضاء وقت طويل على هذه المواقع على حساب الوقت المخصص للنقاش والجلسات العائلية، إلى جانب التأثير على الاتصال الشخصي مع الأقارب والاكتفاء بالتواصل معهم عبر هذه المواقع، وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسة (Alsharkh , 2012)[٥٥] من أن مواقع التواصل الاجتماعي قد أثرت على تفاعل الشباب السعودي مع الأسرة، وخلقت فجوة بينه وبين عادات وتقاليد المجتمع



المحور السادس
اختبارات الفروض

الفرض الأول / توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وبين جنسياتهم

جدول رقم (١٠) يوضح توزيع أهم دوافع الشباب لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي تبعا للجنسية

الجنسية / أهم الدوافع	سعودي		يمني		مصري		الاجمالي		كا٢	مستوى الدلالة	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%			
للتعرف على الأخبار ومعرفة الأحداث الجارية	٧٢	٢٤	٩٢	٣٠,٦	٩٠	٣٠	٢٥٤	٨٤,٧	١٨,٦٩٢	٠,٠٠ ٠٠	دالة
لتبادل المعلومات والمعارف	٤٦	١٥,٣	٦٦	٢٢	٦٥	٢١,٦	١٧٧	٥٩	١٠,٥٠٠	٠,٠٠ ٠٥	دالة
لقضاء وقت الفراغ وتمضية الوقت	٤٧	١٥,٦	٥٠	١٦,٦	٤٩	١٦,٣	١٤٦	٤٨,٧	٠,١٨٧	٠,٩ ١١	غير دالة
للترفيه والتسلية	٦٥	٢١,٦	٥٤	١٨	٤٧	١٥,٦	١٦٦	٥٥,٣	٦,٦٦٢	٠,٠٠ ٣٦	دالة
للهروب من الواقع	١١	٣,٦	١٢	٤	١٦	٥,٣	٣٩	١٣	١,٢٣٨	٠,٥ ٣٩	غير دالة
للتخلص من القلق والملل	٢٧	٩	٢١	٧	٢٤	٨	٧٢	٢٤	٠,٩٨٧	٠,٦ ١١	غير دالة
للبقاء على تواصل مع الأهل والأصدقاء	٥٥	١٨,٣	٨٥	٢٨,٣	٥٧	١٩	١٩٧	٦٥,٧	٢٤،٩٥٧	٠,٠٠ ٠٠	دالة
للتعرف على أصدقاء جدد	١٩	٦,٣	١٠	٣	١٤	٤,٦	٤٣	١٤,٣	٣,٣١٢	٠,١ ٩١	غير دالة
للحفاظ على علاقاتي الحالية بالأخرين	٣٠	١٠	٣٣	١١	٢٢	٧,٣	٨٥	٢٨,٣	٣,١٨٥	٠,٢ ٠٣	غير دالة
للتعريف بنفسي للأخرين	١٧	٥,٦	١٥	٥	٢٦	٨,٦	٥٨	١٩,٣	٤,٤٠٣	٠,١ ١١	غير دالة





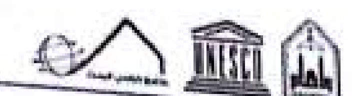
• تم حساب النسبة بالقسمة على إجمالي العينة البالغ عددها ٣٠٠ مفردة (سؤال متعدد الإجابات).

تشير بيانات الجدول رقم (١٠) إلى الآتي:

١- وجود علاقة بين دافع التعرف على الأخبار وبين الجنسية، وهذا يعني أن المجموعات غير متجانسة أي أن دوافع التعرف على الأخبار لدى المبحوثين تختلف باختلاف جنسياتهم، حيث بلغت قيمة كا٢ = ١٨,٦٩٢، وهي قيمة دالة احصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١، ودرجة ثقة ٠,٩٩، وتكشف بيانات الجدول أن الشباب اليمني والمصري أكثر متابعة للأخبار والأحداث الجارية من الشباب السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

٢- وجود علاقة بين دافع تبادل المعلومات والمعارف وبين الجنسية، وهذا يعني أن المجموعات غير متجانسة، أي أن دوافع تبادل المعلومات والمعارف لدى المبحوثين تختلف باختلاف جنسياتهم، حيث بلغت قيمة كا٢ = ١٠,٥٠٠، وهي قيمة دالة احصائيا عن مستوى معنوية أقل من ٠,٠١، ودرجة ثقة ٠,٩٩، وتكشف بيانات الجدول أن الشباب اليمني والمصري أكثر حرصا على تبادل المعارف والمعلومات من الشباب السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

٣- وجود علاقة بين دافع تبادل الترفيه والتسلية وبين الجنسية، وهذا يعني أن المجموعات غير متجانسة، أي أن دوافع الترفيه والتسلية لدى المبحوثين تختلف باختلاف جنسياتهم، حيث بلغت قيمة كا٢ = ٦,٦٦٢، وهي قيمة دالة احصائيا عن مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥، ودرجة ثقة ٠,٩٥، وتكشف بيانات الجدول أن الشباب السعودي أكثر استخداما لمواقع التواصل بدافع الترفيه والتسلية من الشباب اليمني والمصري

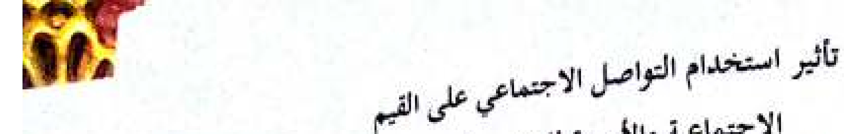


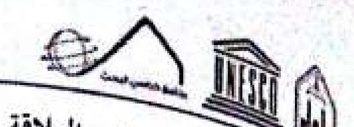
٤- وجود علاقة بين دافع البقاء على تواصل مع الأهل والأصدقاء وبين الجنسية، وهذا يعني أن المجموعات غير متجانسة، أي أن دوافع البقاء على تواصل مع الأهل والأصدقاء لدى المبحوثين تختلف باختلاف جنسياتهم، حيث بلغت قيمة كا٢ = ٢٤,٩٥٧، وهي قيمة دالة احصائيا عن مستوى معنوية أقل من ٠,٠١، ودرجة ثقة ٠,٩٩، وتكشف بيانات الجدول أن الشباب اليمني أكثر استخداما لمواقع التواصل بدافع البقاء على تواصل مع الأهل والأصدقاء من الشباب اليمني والمصري، وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه دراسة (Karimi, et al , 2014)[٥٦] والتي أظهرت وجود فروق في دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل تعود لاختلاف جنسية المبحوثين.

٥- لا توجد علاقة بين بقية دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وبين الجنسية، حيث تتقارب تكرارات ونسب الشباب من الجنسيات الثلاث في دوافع الاستخدام التالية (قضاء وقت الفراغ – الهروب من الوواقع – التخلص من الملل – التعرف على أصدقاء جدد – الحفاظ على العلاقات الحالية مع الآخرين – التعريف بالذات)

٦- بناء على النتائج السابقة يمكن القول بقبول الفرض الأول جزئيا.

الفرض الثاني / توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيا بين كثافة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وبين تأثير استخدامها على القيم الاجتماعية والعلاقات الأسرية:



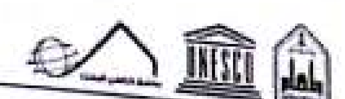


جدول رقم (١١) يوضح العلاقة بين كثافة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وبين تأثير استخدامها على القيم الاجتماعية والعلاقات الأسرية

التأثير كثافة الاستخدام	تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والعلاقات الأسرية			
	القيم الاجتماعية		القيم الأسرية	
	معامل الارتباط	مستوى المعنوية	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
كثافة استخدام مواقع التواصل	٠,٠٦٩	٠,٢٣٢	٠,١٢٣*	٠,٠٣٤
	* دالة احصائيا عند مستوى أقل من ٠,٠٥			

من خلال تفحص بيانات الجدول رقم (١١) يتضح لنا وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيا بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين تأثير استخدامها على قيم العلاقات الأسرية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ٠,١٢٣، وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥، ودرجة ثقة ٠,٩٥، وتعني أنه كلما زاد استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي زاد تأثيرها على علاقاتهم بالأسرة، وكشفت النتائج أن الارتباط وُجد بين كثافة الاستخدام لمواقع التواصل وتأثيرها على التفكك الأسري، حيث بلغ معامل الارتباط ٠,١٥٤، وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١، فيما لم توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين كثافة استخدام مواقع التواصل وتأثيرها على الترابط الأسري.

في المقابل كشفت النتائج عن عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين كثافة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، وبين تأثير استخدامها على القيم الاجتماعية بشكل كلي، وبشكل منفرد لكل قيمة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بين كثافة الاستخدام وتأثيرها على القيم الاجتماعية بشكل كلي ٠,٠٦٩، وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية ٠,٢٣٢ وهي قيمة تجاوزت مستوى الخطأ المسموح به ٠,٠٥، وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه دراسة (عمرو أسعد، ٢٠١١)[٥٧] التي أظهرت عدم وجود علاقة ارتباطية طردية بين كثافة استخدام الفيس بوك والقيم المجتمعية للشباب باستثناء قيم الانفتاح الثقافي.

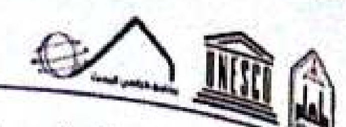


وبناء على النتيجة السابقة نقبل بصحة الفرض الثاني جزئيا.

الفرض الثالث/ توجد فروق دالة إحصائيا في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية للشباب العربي تعود لاختلاف متغير النوع.

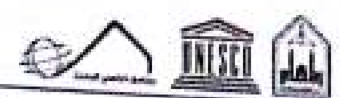
جدول رقم (١٢) يوضح اختبار (ت) لبيان معنوية الفروق في متوسطات تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية بين الذكور والإناث عينة الدراسة

	القيم	الجنسية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة	
القيم الاجتماعية	التعاون والمشاركة الاجتماعية	ذكر	٢,٥٢	٠,٥٤٤	٠,٧٥٤	٠,٤٥١	غير دالة
		أنثى	٢,٥٧	٠,٣٨٥			
	التسامح	ذكر	٢,٢٠	٠,٥٥٠	١,١٨٣	٠,٢٣٨	غير دالة
		أنثى	٢,٢٧	٠,٥٢٥			
	الاتصال الثقافي	ذكر	٢,٦٢	٠,٣٨٨	٠,٧٥٣	٠,٤٥٢	غير دالة
		أنثى	٢,٥٩	٠,٣٨٧			
	تقدير الذات	ذكر	٢,٣٧	٠,٥٧٥	٠,٧١٦	٠,٤٧٥	غير دالة
		أنثى	٢,٤١	٠,٥٠٨			
	العلاقات الاجتماعية	ذكر	٢,٥٦	٠,٤٨٣	٠,٨٦٨	٠,٣٨٦	غير دالة
		أنثى	٢,٥٢	٠,٤٧٧			
	التدين	ذكر	٢,٠٦	٠,٦٦٩	١,٣٠٤	٠,١٩٣	غير دالة
		أنثى	٢,١٦	٠,٦٥٧			
	التفاعل الاجتماعي	ذكر	٢,٣٣	٠,٣٦٠	١,٧٦٥	٠,٠٧٩	غير دالة
		أنثى	٢,٤١	٠,٤٧٦			
القيم الأسرية	الترابط الأسري	ذكر	٢,٣١	٠,٥٠٤	٠,٠٣٩	٠,٩٦٩	غير دالة
		أنثى	٢,٣١	٠,٥٧٢			
	التفكك الأسري	ذكر	٢,٢٣	٠,٦٤٣	١,٧٤٦	٠,٠٨٢	غير دالة
		أنثى	٢,١٠	٠,٦٠٧			



كشف اختبار الفرق بين متوسطين (T-test) عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لديهم، كما كشف الاختبار ايضا عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأسرية لديهم، وهذه النتيجة تختلف مع ما توصلت إليه دراسة (سامي شناوي ومحمد عباس، ٢٠١٤)[٥٨] والتي وجدت فروقا بين الذكور والإناث في تأثير استخدام الفيس بوك على مستوى التوافق الاجتماعي والأسري لديهم. وبناء على النتائج السابقة يتم رفض الفرض البديل الثالث، والقبول بالفرض العدمي (عدم وجود فروق دالة إحصائيا بين الذكور والإناث في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيمهم الاجتماعية والأسرية)

الفرض الرابع / توجد فروق دالة إحصائيا في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية للشباب العربي تعود لاختلاف متغير الجنسية.



جدول رقم (١٣) يوضح تحليل التباين الأحادي (**ANOVA**) لبيان معنوية الفروق في متوسطات تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية بين جنسيات المبحوثين المختلفة

	القيم	الجنسية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	مستوى الدلالة	
القيم الاجتماعية	التعاون والمشاركة الاجتماعية	سعودي	٢,٥٢	٠,٤٨٣	١,٢٤٦	٠,٢٨٩	غير دالة
		يمني	٢,٥٠	٠,٥٢٤			
		مصري	٢,٦٠	٠,٤٤٧			
	التسامح	سعودي	٢,٣٤	٠,٤٩٤	٣,٥٣٩	٠,٠٣٠	دالة
		يمني	٢,٢٠	٠,٥٨٢			
		مصري	٢,١٥	٠,٥٢٨			
	الاتصال الثقافي	سعودي	٢,٦٦	٠,٣٦٨	١,١٤١	٠,٣٢١	غير دالة
		يمني	٢,٥٩	٠,٤٠٣			
		مصري	٢,٥٩	٠,٣٩٠			
	تقدير الذات	سعودي	٢,٤٤	٠,٤٩٥	١,٧٢٠	٠,١٨١	غير دالة
		يمني	٢,٤١	٠,٥٧٧			
		مصري	٢,٣١	٠,٥٦٧			
	العلاقات الاجتماعية	سعودي	٢,٥٥	٠,٤٧٩	٠,٤٣٦	٠,٦٤٧	غير دالة
		يمني	٢,٥٨	٠,٥٠٩			
		مصري	٢,٥١	٠,٤٥٥			
	التدين	سعودي	٢,٢٥	٠,٥٩١	٣,٨٩٥	٠,٠٢١	دالة
		يمني	٢,٠٤	٠,٧٢١			
		مصري	٢,٠١	٠,٦٥٦			
	التفاعل الاجتماعي	سعودي	٢,٤٠	٠,٤٣٢	١,٨٤٨	٠,١٥٩	غير دالة
		يمني	٢,٣٩	٠,٣٥٩			
		مصري	٢,٣٠	٠,٤٣٧			
القيم الأسرية	الترابط الأسري	سعودي	٢,٤٤	٠,٤٤٣	٥,٥٤٤	٠,٠٠٤	دالة
		يمني	٢,٢٧	٠,٥١٢			
		مصري	٢,٢٢	٠,٤٩٢			
	التفكك الأسري	سعودي	٢,١٢	٠,٦١٦	١,٦٨٦	٠,١٨٧	غير دالة
		يمني	٢,٢٨	٠,٥٩٨			
		مصري	٢,١٥	٠,٦٧٢			



من خلال تفحص معطيات الجدول رقم(١٣) يتضح لنا ما يلي:

- وجود فروق دالة إحصائيا في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم التسامح تعود لاختلاف جنسيات المبحوثين، حيث بلغت قيمة (ف = ٣,٥٣٩)، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥، ودرجة ثقة ٠,٩٥، وباستخدام الاختبار البعدي (LSD) للكشف عن مصدر الفروق بين الجنسيات، كشف الاختبار عن وجود فروق بين السعوديين والمصريين حيث بلغت الاختلاف في المتوسطات الحسابية بينهما (٠,١٩٣)، ودالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥، وجاءت الفروق لصالح الشباب السعودي، وهذا يعني أن لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي تأثير ايجابي أكبر على قيم التسامح لدى الشباب السعودي مقارنة بالشباب المصري.
- وجود فروق دالة إحصائيا في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم التدين تعود لاختلاف جنسيات المبحوثين، حيث بلغت قيمة (ف = ٣,٨٩٥)، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥، ودرجة ثقة ٠,٩٥، وباستخدام الاختبار البعدي (LSD) للكشف عن مصدر الفروق بين الجنسيات، كشف الاختبار عن وجود فروق بين الشباب السعودي من جهة، والشباب اليمني والمصري من جهة أخرى، حيث بلغت الاختلاف في المتوسطات الحسابية بين الشباب السعودي واليمني (٠,٢٠٦)، ودالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥، كما بلغت الاختلاف في المتوسطات الحسابية بين الشباب السعودي والمصري(٠,٢٤٠)، ودالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥، وجاءت الفروق لصالح



الشباب السعودي، وهذا يعني أن لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي تأثير إيجابي أكبر على قيم التدين لدى الشباب السعودي مقارنة بالشباب اليمني والمصري، ويدل ذلك على أن الشباب السعودي استفاد في الجانب الديني من مواقع التواصل الاجتماعي بشكل أكبر من استفادة الشباب اليمني والمصري .

- وجود فروق دالة إحصائيا في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الترابط الأسري تعود لاختلاف جنسيات المبحوثين، حيث بلغت قيمة (ف = ٥,٥٤٤)، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١، ودرجة ثقة ٠,٩٩، وباستخدام الاختبار البعدي (LSD) للكشف عن مصدر الفروق بين الجنسيات، كشف الاختبار عن وجود فروق بين الشباب السعودي من جهة، والشباب اليمني والمصري من جهة أخرى حيث بلغت الاختلاف في المتوسطات الحسابية بين الشباب السعودي واليمني (٠,١٧٢)، ودالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥، كما بلغت الاختلاف في المتوسطات الحسابية بين الشباب السعودي والمصري (٠,٢١٥)، ودالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١، وجاءت الفروق لصالح الشباب السعودي، وهذه النتيجة تدل على أن مواقع التواصل الاجتماعي قد أثرت على الشباب السعودي في التواصل مع الأهل والأقارب بدرجة أعلى من تأثيرها على الشباب اليمني والمصري.
- عدم وجود فروق دالة إحصائيا في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم (التعاون والمشاركة الاجتماعية، والاتصال الثقافي، وتقدير الذات، والعلاقات الاجتماعية، والتفاعل الاجتماعي، والتفكك الأسري) تعود

لاختلاف جنسية المبحوثين، حيث قيمة ف المحسوبة أصغر من القيمة الجدولية و مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥.

الفرض الخامس/ توجد فروق دالة إحصائيا في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية للشباب العربي تعود لاختلاف متغير المستوى التعليمي.

جدول رقم (١٤) يوضح تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لبيان معنوية الفروق في متوسطات تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية بين المستويات التعليمية المختلفة للمبحوثين

	القيم	الجنسية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	مستوى الدلالة	
القيم الاجتماعية	التعاون والمشاركة الاجتماعية	أقل من جامعي	٢,٣١	٠,٦٥١	٧,٤٨٠	٠,٠٠٠	دالة
		جامعي	٢,٥١	٠,٥٠٨			
		دراسات عليا	٢,٦٦	٠,٣٣٠			
	التسامح	أقل من جامعي	٢,٢٥	٠,٦١٧	١,١٤١	٠,٣٢١	غير دالة
		جامعي	٢,٢٦	٠,٥٥٥			
		دراسات عليا	٢,١٦	٠,٤٨٤			
	الاتصال الثقافي	أقل من جامعي	٢,٥٠	٠,٤٠٢	٣,٠٢٠	٠,٠٥٠	غير دالة
		جامعي	٢,٦٦	٠,٣٧٧			
		دراسات عليا	٢,٥٨	٠,٣٩١			
	تقدير الذات	أقل من جامعي	٢,١٦	٠,٦١٤	٦,٥٢٩	٠,٠٠٢	دالة
		جامعي	٢,٤٨	٠,٤٨٨			
		دراسات عليا	٢,٣٢	٠,٥٨٤			



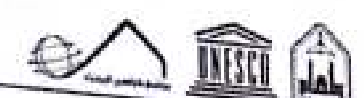
	العلاقات الاجتماعية	أقل من جامعي	٢,٢٦	٠,٤٠٩	٩,٧٩٠	٠,٠٠٠	دالة
		جامعي	٢,٥٣	٠,٤٧٨			
		دراسات عليا	٢,٦٦	٠,٤٣٢			
	التدين	أقل من جامعي	٢,٢٩	٠,٦٣٦	٢,٨١٠	٠,٠٦٢	غير دالة
		جامعي	٢,١٢	٠,٦٤٨			
		دراسات عليا	٢,٠٠	٠,٦٨٨			
	التفاعل الاجتماعي	أقل من جامعي	٢,٢٩	٠,٤١٢	٠,٩٧٦	٠,٣٧٨	غير دالة
		جامعي	٢,٣٦	٠,٤٤٢			
		دراسات عليا	٢,٤٠	٠,٣٦٠			
القيم الأسرية	الترابط الأسري	أقل من جامعي	٢,٢٨	٠,٥١١	٠,١٥١	٠,٨٦٠	غير دالة
		جامعي	٢,٣٠	٠,٥١٣			
		دراسات عليا	٢,٣٣	٠,٤٥٠			
	التفكك الأسري	أقل من جامعي	٢,١٤	٠,٦٢١	٠,٥٣٨	٠,٦٣٥	دالة
		جامعي	٢,١٦	٠,٦٦٩			
		دراسات عليا	٢,٢١	٠,٥٥٤			

من خلال تفحص معطيات الجدول رقم(١٤) يتضح لنا ما يلي:

- وجود فروق دالة إحصائيا في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم التعاون والمشاركة الاجتماعية تعود لاختلاف المستويات التعليمية للمبحوثين، حيث بلغت قيمة (ف = ٧,٤٨٠)، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١، ودرجة ثقة ٠,٩٩، وباستخدام الاختبار البعدي (LSD) للكشف عن مصدر الفروق بين المستويات

التعليمية، كشف الاختبار عن وجود فروق بين فئة الدراسات العليا والجامعي حيث بلغت الاختلاف في المتوسطات الحسابية بينهما (٠,١٤٩)، ودالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥، وجاءت الفروق لصالح فئة الدراسات العليا، كما وجدت اختلافات بين فئة الدراسات العليا وأقل من جامعي، حيث بلغت الاختلافات في المتوسطات الحسابية (٠,٣٥١)، وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١، وهذا يعني أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر ايجابا على قيم التعاون والمشاركة الاجتماعية لدى الشباب في مرحلة الدراسات العليا بشكل أكبر من تأثيره على قيم التعاون والمشاركة لدى الشباب في المرحلة الجامعية، والمراحل التعليمية ما قبل الجامعة.

- وجود فروق دالة إحصائيا في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم تقدير الذات تعود لاختلاف المستويات التعليمية للشباب، حيث بلغت قيمة (ف = ٦,٥٢٩)، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١، ودرجة ثقة ٠,٩٩، وباستخدام الاختبار البعدي (LSD) للكشف عن مصدر الفروق، كشف الاختبار عن وجود فروق بين الشباب في المرحلة الجامعية من جهة، والشباب في المراحل ما قبل الجامعة من جهة أخرى، حيث بلغت الاختلاف في المتوسطات الحسابية (٠,٣١٩)، ودالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١، وهذا يعني أن لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي تأثير إيجابي أكبر على قيم تقدير الذات لدى الشباب الجامعي يفوق التأثير على الشباب في مراحل ما قبل الجامعة، وهذا يعكس استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على تقدير الذات والمكانة الاجتماعية بين الآخرين.



- وجود فروق دالة إحصائيا في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية تعود لاختلاف المستويات التعليمية للشباب، حيث بلغت قيمة (ف = ٩,٧٩٠)، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١، ودرجة ثقة ٠,٩٩، وباستخدام الاختبار البعدي (LSD) للكشف عن مصدر الفروق، كشف الاختبار عن وجود فروق بين فئة الدراسات العليا والجامعي حيث بلغت الاختلافات في المتوسطات الحسابية بينهما (٠,٢٦٩)، ودالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١، وجاءت الفروق لصالح فئة الدراسات العليا، كما وجدت اختلافات بين فئة الدراسات العليا وأقل من جامعي، حيث بلغت الاختلافات في المتوسطات الحسابية (٠,٣٩٨)، وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١، وهذا يعني أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر ايجابا على قيم العلاقات الاجتماعية لدى الشباب في مرحلة الدراسات العليا بشكل أكبر من تأثيره على قيم العلاقات الاجتماعية لدى الشباب في المرحلة الجامعية، والمراحل التعليمية ما قبل الجامعة، بمعنى أنه كلما زاد تعليم الفرد، ارتفع معدل استفادته من مواقع التواصل الاجتماعي في مجال العلاقات الاجتماعية.
- عدم وجود فروق دالة إحصائيا في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم (التسامح، والاتصال الثقافي، والتدين، والتفاعل الاجتماعي، والترابط الأسري، والتفكك الأسري) تعود لاختلاف المستويات التعليمية للشباب، حيث قيمة ف المحسوبة أصغر من القيمة الجدولية و مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥.



مناقشة النتائج في ضوء الإطار النظري للدراسة:

- **مدخل الاستخدامات والإشباعات:** يشير الباحثون إلى أن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام يأتي في إطار سعي الأفراد لإشباع احتياجات معينة، أي أن ثمة دوافع تدفع بالأفراد لاستخدام هذه الوسائل، وقد صنف معظم الباحثين هذه الدوافع تحت قسمين رئيسيين هما (دوافع نفعية، ودوافع طقوسية)، ومع تطور وسائل الاتصال وظهور الإنترنت وتطبيقاتها برزت دوافع جديدة تتناسب مع طبيعة هذه الوسائل الجديدة ويمكن إدراج هذه الدوافع الجديدة تحت التصنيف السابق، وفي هذه الدراسة تشير النتائج التي تم التوصل إليها أن أهم دافع لاستخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي هو التعرف على الأخبار والأحداث الجارية، وهذا يعني أن هذه المواقع قد تحولت إلى منصات إخبارية من خلال نشر الأصدقاء والمؤسسات الإعلامية عبر هذه المواقع لروابط إخبارية، ومعلومات جديدة يستفيد الآخرون من متابعتها، فيما يأتي دافع البقاء على تواصل مع الأهل في المرتبة الثانية، وهذه النتيجة تكشف عن أن الشباب اتجهوا نحو التواصل مع أقرب الناس إليهم وهم الأهل والأصدقاء من خلال هذه المواقع بدلا من التواصل معهم عبر الاتصال الشخصي، وهذه النتيجة تؤكدها نتائج الجدول رقم(٩) الذي يوضح موافقة نسبة كبيرة من الشباب على تأثير استخدامهم لمواقع التواصل على تواصلهم الشخصي بالأسرة والأصدقاء، ووفقا لتصنيف الباحثين للدوافع إلى قسمين دوافع نفعية ودوافع طقوسية فإن نتائج هذه الدراسة تؤكد على تفوق الدوافع النفعية (التعرف على الأخبار، وتبادل المعلومات، والبقاء على تواصل مع الأهل والأصدقاء) لدى الشباب في استخدامهم لمواقع التواصل على الدوافع الطقوسية كالترفيه والتسلية وتمضية الوقت، والتخلص من القلق، والهروب من الواقع، وتعكس هذه النتيجة استفادة الشباب من

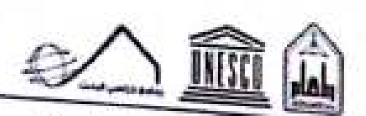


هذه المواقع واستخدامها بما يعود عليهم بالنفع والفائدة أكثر من مجرد استخدامها لمجرد الترفيه والتسلية والهروب من المشكلات.

- **نظرية رأس المال الاجتماعي:** يشير رأس المال الاجتماعي إلى العلاقات والتفاعلات بين الأفراد، ووفقا لهذه النظرية فإن معظم العلاقات بين الأفراد يمكن تصنفيها إلى قسمين (علاقات وثيقة Bonding)، وغالبا ما تكون مع الأقارب والأهل والأصدقاء، وعلاقات عابرة Bridging) وغالبا ما تكون مع أشخاص متواجدين في أماكن جغرافية متباعدة، وفي هذه الدراسة تشير النتائج إلى استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي للحفاظ على النوعين من العلاقات (الوثيقة والعابرة)، لكن يأتي استخدامهم لمواقع التواصل في الحفاظ على العلاقات مع الأهل والأقارب والأصدقاء المقربين بدرجة أعلى من استخدامهم لها في الحفاظ على العلاقات مع أشخاص تم التعرف عليهم عبر هذه المواقع، ويمكن تفسير ذلك بأن المجتمع الإفتراضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ليس منفصلا تماما عن المجتمع الحقيقي إذ أن كثير من العلاقات بين هذه المجتمعات الإفتراضية هي إنعكاس للعلاقات الحقيقية في الواقع المعاش ومنها العلاقات مع الأسرة والأقارب والأصدقاء

- **نظرية الاتصال الثقافي:** وترى هذه النظرية أن الثقافات تتأثر ببعضها البعض من خلال الاتصال، وقد ينتج عن هذا الاتصال نمط ثقافي جديد أو قد تنصهر إحدى الثقافات في الثقافة الأخرى، وفي هذه الدراسة تشير النتائج إلى أن استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي أتاح لهم فرصة التعرف على ثقافات أخرى، والدخول في حوار مع أفراد ينتمون لهذه الثقافات، في المقابل فإن استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع أفراد من ثقافات أخرى قد سهل لهم تعلم لغات آخري إلى جانب لغتهم الأم، حيث أن ضرورة الدخول في

نقاش مع الآخر يستدعي استخدام لغة مفهومة لدى الطرفين، ما جعل الشباب يحرص على تعلم لغات مفهومة لدى من يتواصلون معهم، وهذا ما تؤكده الدردشات والتعليقات في مواقع التواصل الاجتماعي حيث أتجه كثير من الشباب نحو الكتابة باللغة الإنجليزية وبخاصة في التعليق على منشورات صفحات الفيس بوك الأجنبية، وفي أحيان كثيرة يتم كتابة الكلمات العربية بحروف إنجليزية مضافا إليها بعض الأرقام التي تعبر عن بعض الحروف الموجودة في اللغة العربية لكنها غير موجودة في اللغة الإنجليزية مثل حرف العين يُكتب بالرقم 3 والخاء يُكتب بالرقم 5 والحاء تكتب بالرقم7، على سبيل المثال "كلمة "تعرف" تُكتب " t3raf "و كلمة " حلوه " تُكتب " 7elwa "، وهذه اللغة تسمى لدى جيل الشباب " لغة الفرانكو"، وهي لغة كتابة شائعة في تعليقات ومنشورات الشباب على صفحات الفيس بوك وبخاصة الشباب المصري، وهذا يعني أن الشباب قد دمج بين اللغتين العربية والإنجليزية، فالكلمات عربية والحروف إنجليزية، وأضاف إليها بعض الحروف لينتج عنها نمطاً ثقافياً جديداً هي "لغة الفرانكو"، وهي لغة خاصة بالتواصل بين الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويرى البعض أنها إحياء للغة التي سادت عند سقوط الأندلس في أيدي الفرنجة، وهذا يعكس تأثير استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال مع أفراد من ثقافات مختلفة على بعض الأنساق الثقافية التي أكتسبها الفرد من المحيط الأسري والاجتماعي الذي نشأ فيه.



توصيات الدراسة:

بناءا على النتائج التي تم التوصل إليها في هذه الدراسة يوصي الباحثان بالآتي:

- كشفت النتائج عن تأثير ايجابي أعلى لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية الايجابية لدى الشباب الأكثر تعليما، وبخاصة الشباب في مرحلة الدراسات العليا، وهذا بدوره يقتضي من المؤسسات الحكومية والخاصة الاهتمام بمفهوم التربية الإعلامية، وبخاصة التربية و التثقيف على استخدام وسائل الإعلام الجديد، وتطبيقه كمقرر دراسي في المدارس والجامعات، حيث يقضي كثير من الشباب أكثر من أربع ساعات يوميا في استخدام هذه الوسائل، وحوالي النصف منهم يستخدمونها لمجرد التسلية وتمضية الوقت
- نشر الوعي لدى الشباب بالإعتزاز بالقيم الاسلامية والعربية الايجابية، والمساهمة في نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وبخاصة اللغة العربية التي ينبغي أن تظل لغة الحوار والتواصل بين الشباب العربي عبر هذه المواقع.
- اهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية لا سيما في الجامعات من قبل اعضاء هيئة التدريس مع الطلاب، وبناء جسور من الثقة والتفاهم مع الشباب من طلاب الجامعات والتغلب على مشكلات التواصل مع الطلاب في ظل الاعداد الكبيرة في القاعات الدراسية، ونشر الوعي عند الطلاب بالقضايا التي تهمهم.



الهوامش:

1Arab Social Media Report, 2014, A available at (http://www.arabsocialmediareport.com/Facebook/LineChart.aspx?&PriMenuID=18&CatID=24&mnu=Cat) .(accessed 2-5-2015)

٢حسين شفيق، سيكولوجية الإعلام الجديد: ماذا فعلت الإنترنت والشبكات الاجتماعية في الناس، ط١ (القاهرة : دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٣)، ص ص٨٩ -٩٢

٣خالد صلاح الدين، "اتجاهات الشباب المصري نحو شبكات التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية في إطار نظرية الثراء الإعلامي"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الرابع، مجلد ١٠ (القاهرة : مركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام – جامعة القاهرة، ٢٠١١)، ص٣

٤ زينة حسن حسين، " أثر الإنترنت على العلاقات الأسرية : دراسة ميدانية في مدينة أربيل – العراق"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الآداب، قسم علم الاجتماع، ٢٠١٥)، ص٦٧

٥عمرو محمد أسعد، "العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية : دراسة على موقعي الـ يوتيوب Youtube والـ فيس بوك Facebook"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١١)، ص ٦٩.

٦ عبداللطيف محمد خليفة، "إرتقاء القيم : دراسة نفسية"، مجلة عالم المعرفة، العدد ١٦٠، (الكويت : المجلس الوطني للثقافة والفنون والأدب، ١٩٩٢)، ص٤٦

7 Ronald Inglehart, Value change The world ,(World Value Survey) A available at (www.worldvaluessurvey.org), (accessed 25 -4-2015) .

8 Christopher J. Robertson ; Jamal A. Al-Khatib and Mohammed Al-Habib , "The Relationship between Arab Values and Work Beliefs: An Exploratory Examination," Thunderbird International Business Review, Vol. 44, (No.5, 2002) : 586–587

٩ زينة حسن حسين (٢٠١٥)، مرجع سابق، ص ٦٩ .

١٠رضا عبدالواجد أمين، "استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت"، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد (جامعة البحرين، ٧-٩إبريل، ٢٠٠٩)، ص ص٥١١-٥٣٦

11Zhang Xu Lineberry , "Uses and gratifications on social networking sites: Analysis of use and value of social networking sites for three types of social capital on college students,"Master's Thesis , Journalism and Mass Communication Dept. , Iowa State University, 2012 .

١٢محمود يوسف السماسيري، "استخدامات الشباب الجامعي الأردني للمواقع الاجتماعية على الإنترنت وتأثيراتها : الفيس بوك أنموذجا"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٣٨، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١١)، ص ص٢٦٣-٣١٥



١٣فالن بتيم المنتشري، " استخدامات الشباب السعودي لموقع اليوتيوب YouTube والإشباعات المتحققة منها"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الملك سعود، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٢) .

١٤عبدالكريم صالح باحاج، "استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي"، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، ٢٠١٣) .

15Karimi Leila; Khodabandelou Rouhollah ; Ehsani Maryam and Ahmad Muhammad, "Applying the Uses and Gratifications Theory to Compare Higher Education Students' Motivation for Using Social Networking Sites: Experiences from Iran, Malaysia, United Kingdom, and South Africa," Contemporary Educational Technology, Vol. 5, (No.1,2014) : 53-72

١٦علي عقله نجادات، "استخدام المتزوجات العاملات في الجامعات الأردنية للفيسبوك والإشباعات المتحققة منه : دراسة مسحية على عينة من جامعة اليرموك"، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد ٧، العدد ١ (الأردن : الجامعة الأردنية، ٢٠١٤)، ص ص ١٠٣-١٣١.

١٧ محمد فتحي الصائغ، "استخدامات الشباب المصري لموقع اليوتيوب YouTube والاشباعات المتحققة منها"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٥) .

18 Caroline S. Sheedy , "Social media for change : A case study of social media use in The 2011 Egyptian Revolution," Master's Thesis , Faculty of school of communication , The American University ,2011 .

١٩عمرو محمد أسعد (٢٠١١)، مرجع سابق .

٢٠ مريم نريمان نومار، " استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية : دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الحاج لخضر، قسم العلوم الانسانية، ٢٠١٢) .

21 Yousef Naser Alsharkh," The Social Media Effect on the Families of the Saudi Society from the Perspective of the Youth ," Master's Thesis , Arizona State University, 2012 .

٢٢حنان بنت شعشوع الشهري، "أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية :الفيس بوك وتويتر نموذجا"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الملك عبدالعزيز، كلية الآداب والعلوم الانسانية، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، ٢٠١٣) .

23 Rob Nyland and Chris Near, "Jesus is My Friend :Religiosity as a mediating factor in Internet social network use," Paper presented at the midwinter Conference of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Reno, Nevada, 2007 .

24 Maria Kalpidou, Dan Costin, and Jessica Morris, "The Relationship between Facebook and the Well-Being of Undergraduate College Students," Cyberpsychology, Behavior and Social Networking, Vol.14 (No.4, 2011) : 183-189 .

٢٥سامي أحمد شناوي و محمد خليل عباس، "استخدام شبكة التواصل الاجتماعي(الفيس بوك)وعلاقته بالتوافق النفس ي لدى المراهقين"، مجلة جامعة، العدد ٢، المجلد ١٨، (فلسطين : أكاديمية القاسمي، مركز الأبحاث التربوية والاجتماعية، ٢٠١٤)، ص ص٧٥-١١٨ .

26 Patient Rambe, "Exploring the Impacts of Social Networking Sites on Academic Relations in the University," Journal of Information Technology Education , (Vol. 10 , 2011) : 271-293 .

27 Neelamala and Chitra, "New media and society: A Study on the impact of social networking sites on indian youth ," Estudos em Comunicac˜ao , No.6 , 2009 : 125-145

28 Shelia R. Cotton; William A. Anderson ; and Brandi M. McCullough , "The Impact of ICT Use on Loneliness and Contact with Others among Older Adults Cross-Sectional Analysis," 2013, available at (http://www.pubfacts.com/detail/23448864/Impact-of-internet-use-on-loneliness-and-contact-with-others-among-older-adults:-cross-sectional-ana) (accessed 23 -4-2015) ,

29 Megan Sponcil and Priscilla Gitimu (2013) , "Use of social media by college students: Relationship to communication and self-concept," Journal of Technology Research , (Vol.4 ,2013) available at : http://www.aabri.com/jtr.html , (accessed 26-4-2015) .

30 Ropert L. Health and Jennings Bryant, Human Communication Theory and Research : Concepts Contexts and Challenges (New jersey : Publishers Hillsdale have and London , 1992) , P.282 .

٣١علي محمد القاضي، "دور مواقع الشبكات الاجتماعية في المشاركة السياسية للشباب اليمني"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٣)، ص ١٠٣.

32 Elihu Katz ; Michael Gurevitch and Hadassah Haas,"On the use of the mass media for important things," American Sociological Review, Vol.38,(No.2 ,1973), P. 168

٣٣ علي محمد القاضي (٢٠١٣)، مرجع سابق، ص ص ١٠٤-١٠٥ .

٣٤ أحمد أحمد عثمان، "استخدامات وتأثيرات شبكة الإنترنت وعلاقتها بديمقراطية الاتصال والديمقراطية في مجال الإعلام"، المؤتمر الدولي التاسع عشر :الإعلام وثقافة الديمقراطية، الجزء الثاني (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١٣)، ص ص٥٣١-٥٣٢ .

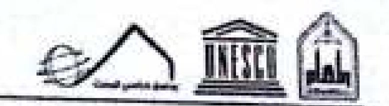
٣٥ تم الاعتماد في هذه الجزئية على المصادر التالية :

- John Raacke and Jennifer Bonds-Raacke, "MySpace and Facebook: Applying the uses and gratifications theory to exploring friend -networking sites," Cyber Psychology & Behavior, Vol.11(No.2, 2008) : 169-174.

- Jacques R. Froget; Abbas G. Baghestan and Yasha S. Asfaranjan, "A Uses and Gratification Perspective on Social Media Usage and Online Marketing ," Middle-East Journal of Scientific Research , Vol. 15 (Vol.1,2013) : 134-145 .

-Paul Haridakis and Gary Hanson , "Social interaction and co-viewing with YouTube: Blending mass communication receptions and social connection," Journal of Broadcasting & Electronic Media, Vol. 53(No.2, 2009) : 317-335.

-Cliff Lampe; Nicole Ellison and Charles Steinfield, "A Face(book) in the crowd: Social searching vs. social browsing," Paper presented at the 20th anniversary conference on computer supported cooperative work, New York , 2006 .



- Karimi Leila et.al (2014) , Op.Cit. : 53-72

٣٦ أمال كمال، "استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته برأس المال الاجتماعي بالتطبيق على موقع Face book"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد العاشر، العدد الرابع يوليو / ديسمبر (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١١)، ص ص١٠٧-١٠٨

٣٧ تم الاعتماد في هذه الجزئية على المصار التالية :

- Zhang Xu Lineberry, "Uses and gratifications on social networking sites: Analysis of use and value of social networking sites for three types of social capital on college students," Master's Thesis , Journalism and Mass Communication Dept. , Iowa State University ,2012 , P.13-16.

- Michael Woolcock,"Social Capital and Economic Development: Toward a Theoretical Synthesis and Policy Framework," Theory and Society, Vol.27,(No.2 ,1998) : 151-208.

-World Bank , Overview: Social capital: What is social capital, 2010 , Available at (http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTSOCIALDEVELOPMENT/EXTTSOCIALCAPITAL/0,,contentMDK:20185164~menuPK:418217~pagePK:148956~piPK:216618~theSitePK:401015,00.html, (accessed 1-5-2015)

٣٨ زينة حسن حسين (٢٠١٥)، مرجع سابق، ص ص٢٤-٢٧

٣٩ علي المكاوي و فوزي عبدالرحمن، دراسات في الأنثروبولوجيا الثقافية، (القاهرة : مؤسسة الأهرام، ٢٠٠٧)، ص ص٥١-٥٥

40Guo-Ming Chen, "The Impact of New Media on Intercultural Communication in Global Context," China Media Research, Vol. 8 , (No. 2 ,2012) , P.5-7

٤١ سامي طايع، بحوث الإعلام (القاهرة : دار النهضة العربية، ٢٠٠١)، ص١٦٧

٤٢ شيماء ذو الفقار، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، ط١(القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩)، ص١٠٩

٤٣ سامي طايع (٢٠٠١)، مرجع سابق، ص ٣٠٥ .

٤٤ مصادر الجزئية الخاصة ببناء المقاييس :

- John Raacke and Jennifer Bonds-Raacke (2008). Op.Cit. :169-174.
- Paul Haridakis and Gary Hanson (2009). Op,Cit. : 317-335
- Neelamalar, M. & Chitra , P. (2009) , Op.Cit. : 125-145 .
- Jose Orathinkal and Alfons Vansteenwegen,"Religiosity and marital satisfaction," Contemporary Family Therapy , Vol.28 , (No.4 ,2006) : 497-504.
-Dmitri Williams,"On and Off the Net: Scales for Social Capital in an Online Era, Journal of Computer-Mediated Communication," Vol.11, 2006 : 593-628.
- عمرو محمد أسعد (٢٠١١)، مرجع سابق .



٤٥ السادة المحكمون :

- أ.د. علي عقله عبد الرحمن نجادات — أستاذ الصحافة كلية الإعلام جامعة اليرموك وجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
- أ.د. محمود علم الدين — أستاذ الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة .
- أ.د. منى الحديدي — أستاذ الإذاعة والتلفزيون المتفرغ كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- د. عبدالله بن ناصر الحمود — أستاذ الإذاعة والتلفزيون المشارك كلية الإعلام والاتصال جامعة محمد بن سعود الإسلامية
- د. أحمد سمير حماد — أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد كلية الإعلام جامعة الأزهر وجامعة محمد بن سعود الإسلامية
- د. منى مجدي — مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة

46 Karimi, Leila et.al (2014) , Op.Cit. , p.60 .

٤٧ محمد فتحي الصائغ (٢٠١٥) ، مرجع سابق، ص ١٤٥ .

٤٨ رضا عبدالواحد (٢٠٠٩) ، مرجع سابق ، ص٥٢٧ .

49 Neelamalar & Chitra (2009) , Op.Cit. p. 135

٥٠ مريم نريمان نومار (٢٠١٢)، مرجع سابق ، ص ١٣٤ .

٥١ علي عقلة نجادات (٢٠١٤)، مرجع سابق، ص ١٢١ .

٥٢ عمرو محمد أسعد (٢٠١١)، مرجع سابق، ص ٣٦٠ .

53 Caroline S. Sheedy (2011) , Op.Cit.

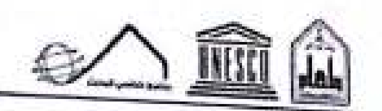
54 Shelia R. Cotton (2013) , Op.Cit. , P.1 .

55 Yousef Naser Alsharkh , (2012) , Op.Cit. , P.44

56 Karimi, Leila et.al (2014) , Op.Cit. , P. 64

٥٧ عمرو محمد أسعد (٢٠١١)، مرجع سابق ، ص ٣٦٠ .

٥٨ سامي أحمد شناوي و محمد خليل عباس (٢٠١٤) ، مرجع سابق ، ص١٠٣ .



فهرس الدراسة



ردمك: ٩٧٨-٦٠٣-٥٠٥-٣٧٤-٧

مطابع الجامعة